

通訳案内サービスの利用促進について

観 光 庁
平成27年7月28日

(1) 今回の議論の位置づけ	・・・	1
(2) 情報提供の充実	・・・	2
(3) サービスの多様化	・・・	11

(1) 今回の議論の位置づけ

今回の議論の位置づけ

<問題意識>

通訳案内士は、外国人旅行者に我が国の魅力を伝え、旅の満足度向上に貢献する資格制度であり、近年の訪日外国人旅行者の増加を背景に、そのニーズの拡大が期待されている。

しかしながら、通訳ガイドのマーケットは未整備であり、かつ、比較的所得層の高い旅行者やインセンティブツアー向けの高度かつフルアテンドのサービスとしてイメージが定着しているため、その利活用は進んでいない。

このことが、通訳案内士と地方公共団体、旅行関係事業者との問題意識のギャップを生じさせ、通訳ガイドが足りている、足りていないといった、論争を惹起していた。

<これまでの議論>

これまでの検討会においては、現時点で入手できるデータや情報を整理するとともに、各関係者の意見を聴取した上で、通訳案内士を巡る状況と通訳案内士に対するニーズに的確に対応すべく、通訳案内士の法的位置づけ、資格付与のあり方、品質の確保について、制度的枠組みの見直しを中心とした議論を行ってきた。

<今回の課題設定>

上記の制度的枠組みを効果あらしめるためには、実際の現場において、通訳案内士がその能力を発揮できるマーケットの創造・拡大が必要である。

そのためには、通訳案内士の自己研鑽は勿論のこと、観光関係事業者や行政が、通訳案内士に求めるばかりでなく、自らも通訳ガイドの利用促進に向けた取組を行動に移すことが必要である。

今回の検討会では、① 情報提供の充実 ② サービスの多様化 について議論

(2) 情報提供の充実

これまでの情報提供（契約獲得手法）の実態 ①

- 通訳案内士団体においては、その多くが外部からのオファーを前提とした情報提供となっており、会員の詳細情報については内部取扱いに留まっているため、**会員が自ら能動的・積極的に得意分野等の詳細情報を発信できる体制・環境には至っていない。**

日本観光通訳協会 (JGA)

○ 情報提供の方法

- ・HP上の検索システムに、希望する登録会員のプロフィール情報を掲載。
- ・ガイドの依頼に際し、連絡フォーム等を通じて、**依頼者が直接会員に連絡を取ることが可能。**

○ 情報提供の範囲

- ・氏名
- ・住所
- ・電話番号
- ・勤務可能地域
- ・登録年度
- ・対応言語
- ・料金、支払方法
- ・得意分野、自己PR
- ・個人HP等のURL



会員情報画面

○ その他

- ・登録年数や実地経験に基づき、**独自のランク制度 (A~C) を導入 (非公表)。**

全日本通訳案内士連盟 (JFG)

○ 情報提供の方法

- ・HP上で、行程・人数に応じた料金の**目安のみ掲載。**
- ・依頼主のオファー内容に応じ、**希望に添う会員の連絡先を紹介。**

○ 情報提供の範囲

- ・依頼主からのオファーを前提に、紹介する会員の**電話番号**を提供。

※ 紹介に際しては、会員自身が更新する得意分野、業務経験、対応可能日などの**内部情報**を参照。

○ その他

- ・HP上の見積フォームを通じ、見積依頼することが可能。

人数	料金
お客様4人迄	¥12,000~¥15,000
5人以上	¥15,000~¥20,000
VIP料金	¥20,000~¥25,000
空港送迎	¥2,000~¥3,000
駅送迎	¥1,000~¥1,500

※ 付加料金
1) 交通費実費 (早朝・深夜の場合はタクシー代)
2) ツアー中に発する諸経費 (入場料、通信費等)
3) 食事補助 (朝食¥1,000、昼食¥1,500、)

見積フォーム

通訳ガイド&コミュニケーション ・スキル研究会 (GICSS)

○ 情報提供の方法

- ・Web上では提供していない。
- ・依頼主のオファー内容に応じ、**希望に添う会員の情報を紹介し、手配。**

○ 情報提供の範囲

- ・依頼主からのオファーを前提に、紹介する会員の情報 (**得意分野や業務経験など**) を提供。

○ その他

- ・独自に実施する新人研修と年間通して行われる参加型研修などで、会員のスキルレベルを把握し、**その情報を基にマッチング。**
- ・また、H26夏より独自の技術検定制度を導入し、**半年に一度技術査定を行っており、6段階評価のランク付けを実施。**

これまでの情報提供（契約獲得手法）の実態 ②

- **旅行会社**においては、一般的に、自社が保有している通訳ガイドの情報は公開しておらず、あくまで**顧客からのオファーを前提とした内部情報の活用・紹介が主流**となっている。
- 一方、**通訳ガイドと外国人旅行者のマッチングを手掛ける事業者**は、**動画などを活用した自己PR環境**を提供。

(株)JTBグローバル マーケティング&トラベル

○ 情報提供の方法

- ・Web上では提供していない。
- ・依頼主(海外エージェント等)のオファー内容に応じ、**希望に添うガイド**の情報を紹介し、手配。

○ 情報提供の範囲

- ・**依頼主からのオファーを前提**に、紹介する**ガイドの業務経験**(MICE取扱実績など)に関する情報を提供。

○ その他

- ・**顧客満足度の高い通訳ガイドを自社で囲い込んでいる**ため、外部に対し情報提供が必要となるケースは少ない。
- ・適材適所で指定しているが、工事現場などの特殊な場所へ行ったり、SIT(※)の場合は、ヒアリングを実施。最近では、ハラル経験のあるガイドの指定も必要。

(株)日本旅行

○ 情報提供の方法

- ・Web上では提供していない。
- ・依頼主(海外エージェント等)のオファー内容に応じ、**希望に添うガイド**の情報を紹介し、手配。

○ 情報提供の範囲

- ・**依頼主からのオファーを前提**に、紹介する**ガイドの得意分野や業務経験**などの情報を提供。

○ その他

- ・**ガイドリストを作成し、その中から手配しており**、繁忙期等で数が足りない場合についても通訳案内士団体に依頼して手配するため、外部に対し情報提供が必要となるケースは少ない。

(株)トラベリエンス

○ 情報提供の方法

- ・**通訳ガイドと利用者のマッチングを促す英語Webサイト「トリプルライツ」を運営**し、登録ガイドの情報を提供。
- ・**動画やブログなど、各個人の情報や独自のツアー等に関する情報を発信**し、**専属の担当**が電話などのサポートにより、発信力を強化。

○ 情報提供の範囲

- ・Web上で、**自己PR・得意分野**などの情報を動画で提供し、**マッチング成立時に連絡先**を提供。

○ その他

- ・サイト上で、**各登録ガイドが専用HPを開設し、情報発信**(マッチング時の手数料収入でサイトを運営)。



トップ画面

※SIT・・・Special Interest Tourの略称。特別な目的を持ったツアーのこと。

これまでの情報提供（契約獲得手法）の実態 ③

- **都道府県**においては、通訳案内士登録簿を公衆の閲覧に供することが義務づけられているが、**Web上での情報公開は一部の都道府県に留まっており、十分な情報発信がされていない。**
- 一部の都道府県は、登録簿を活用し、旅行会社・通訳ガイドの**マッチングイベントの開催**などを実施。

和歌山県

○ 情報提供の方法

- ・H27年度より、**通訳ガイド情報閲覧の専用サイトを開設（日・英）。**
- ・**写真付で全国・特区ガイドの自己紹介などの詳細情報を掲載**するなど、利用者利便に配慮した情報提供を実施。

○ 情報提供の範囲

- ・氏名
- ・登録年度
- ・勤務可能地域
- ・料金
- ・個人HP等のURL
- ・性別
- ・電話番号
- ・E-mailアドレス
- ・自己PR



会員一覧ページ



会員情報pdf

沖縄県

○ 情報提供の方法

- ・**県HP上で、登録簿の一部を掲載。（Web公開に同意した者のみ）**
- ・**観光コンベンションビューローHP上で、写真付の自己紹介など詳細情報を掲載。**
- ・ガイドの依頼に際し、連絡フォーム等を通じて、**依頼者が直接会員に連絡を取ることが可能。**

○ 情報提供の範囲

- ・氏名
- ・年代
- ・勤務可能日
- ・活動履歴
- ・得意分野、自己PR
- ・性別
- ・対応言語
- ・勤務可能地域
- ・個人HP等のURL

○ その他

- ・観光コンベンションビューローHPでは、**ツアーの内容相談や見積**なども行っており、**行政ではできないサービスも提供。**

北海道

○ 情報提供の方法

- ・**道HP上で、登録簿の一部を掲載。（Web公開に同意した者のみ）**

○ 情報提供の範囲

- ・氏名
- ・対応言語
- ・住所
- ・E-mailアドレス
- ・登録日、番号
- ・電話番号
- ・勤務可能地域
- ・得意分野、自己PR

○ その他

- ・**スキルアップ研修（年7～10回程度）等を独自に実施**しており、その案内を送る際に**登録内容（変更等）の確認**も実施。
- ・**旅行会社と通訳ガイドのマッチングイベントを開催**し、ガイド自ら営業を行うことができる機会を提供。



研修会チラシ⁴

情報提供方法の優良事例（弁理士ナビの事例）

弁理士ナビでは、法令上定められた事項に加え、**依頼者がニーズに即した選択・依頼を行うに際して必要な情報**をWeb上で公開。

検索方法の選択

- ・クイック検索
キーワードで検索
- ・セミクイック検索
キーワードで項目別に検索
- ・マルチ検索(個人・事務所)
詳細条件を指定して検索

- ・地域検索
地図から選択して検索
- ・中小企業・ベンチャー対応検索
中小企業・ベンチャー企業の事例に対応できる弁理士を、地図から選択して検索
- ・大学・TLO対応検索
大学・TLOの事例に対応できる弁理士を、地図から選択して検索
- ・専門分野検索
取り扱う専門分野を指定して検索
- ・取扱業務検索
取り扱い業務分野を指定して検索



検索方法選択画面

検索条件の選択

- ・詳細条件選択
キーワード検索のほか、**弁理士以外の所持資格や研修受講履歴**など、利用者が選択する上で参考となる様々な条件から選択可能。**29の検索項目あり。**



詳細条件選択画面

- ・地図選択
地域を選択し、都道府県単位まで選択。**海外在住の登録者の検索も可能。**
- ・地域を絞って詳細条件選択をすることも可能。



地図選択画面

結果表示

○ 検索結果を2段階で表示

- ・一覧表示
氏名、登録番号、所属事務所の詳細を一覧表示。詳細ボタンから、**各弁理士の個人画面へ移行可能。**



一覧結果表示

- ・詳細表示
法令上登録が必要な項目のほか、詳細な情報を掲載。研修受講履歴では、**研修受講時間数まで詳細に表示。**



詳細結果表示

評価制度の事例 ① (優良個人タクシー事業者認定制度)

- 個人タクシー事業者においては、(一社)全国個人タクシー協会により、**優良な個人タクシー事業者を認定する「マスターズ制度」**により評価。

制度の概要

個人タクシー事業者が任意で参加し、「ひとつ星」から始まり、最高位の「マスター(三つ星)」を目指し、段階的に昇格する制度。

ひとつ星

協会が行う新規参加講習を受講し、申請に基づき認定

ふたつ星

ひとつ星の認定期間が6ヶ月以上で、かつ、同期間内で右記の認定基準を満たしている(自己申告)ことにより認定

マスター(三つ星)

ふたつ星の認定期間が1年以上で、かつ、同期間内で右記の認定基準を満たした(過去3年間の「運転記録証明書」により確認)上で、「マスター認定委員会」(個人タクシー業界以外の有識者により構成)の審査に基づき認定

- (※)有効期間中に認定基準に抵触した際には、有効期間満了後に降格する。

認定基準(ふたつ星・マスター)

基本事項

- ・一般ドライバーの模範となるような運転の操作
- ・関連法規(道路運送法等)の遵守

安全運転

- ・交通事故(加害者となる事故)を起こしていないこと
- ・自動車事故対策機構等による適性診断の受診

良質なタクシーサービス

- ・顧客満足度の高い接客対応

多様なニーズへの対応

- ・日常営業における接客マナー向上に向けた取組



マスター(みつ星)

マスターズ制度参加章

マスター認定の効果

- マスター屋上表示灯の設置が認められるため、利用者からは質の高いタクシーと認識され、**安心・信頼感を獲得**できる。
- このため、**顧客の獲得機会が増加することに伴い、営業収入の増加が期待**できるようになる。
- マスター認定事業者数(平成26年)は、約18,000で、協会加盟事業者全体の5割に達する。

評価制度の事例 ② (貨物自動車運送事業安全性評価事業)

- **トラック事業者**においては、(公社)全日本トラック協会により、**優良なトラック事業者を営業所単位で認定する「Gマーク制度」**により評価。

認定基準

- ① 評価項目 I ~ IIIにおける基準点を満たし、かつ、総合点が80点以上に達していること。

I. 安全性に対する法令の遵守状況 (32/40以上)

指導員による巡回指導の結果等により評価

- ・過労防止に配慮した乗務割りの作成、休憩時間等の適正管理
- ・点呼の実施、記録の適正保存
- ・乗務員に対する安全輸送に必要な指導監督 等

II. 事故や違反の状況 (21/40以上)

国交省が情報提供する事故・行政処分の実績により評価

- ・事故実績(過去3年間の死傷事故等の有無)
- ・処分実績(申請年7/1における行政処分点数の累積状況)

III. 安全性に対する取組の積極性 (12/20以上)

申請者から提出された、安全確保上の取組状況に関する自認書、その証明資料(申請年7/1時点)により評価

- ・事業所内における安全対策会議の定期的な開催
- ・自社内独自の運転者研修等の実施
- ・適性診断(一般診断)の計画的な受診 等

- ② 貨物自動車運送事業法に基づく認可申請、届出、報告事項が適正になされていること。

- ③ 社会保険及び労働保険への加入が適正になされていること。

有効期間

- 初回認定時(2年間)
- 初回更新時(3年間)
- 2回目更新以降(4年間)

有効期間中に左記の認定基準に抵触した場合、当該認定は取り消される。



認定の効果

- **安全の確保が図られている企業としてのイメージ形成**により、同業他社との競争差別化に貢献。
- **従来の取引先からの安心・信頼感の向上に加え、新たな荷主企業からのオファーなど、取引関係の拡大による事業経営上のインセンティブ向上**に寄与。
- **安全・安心な企業イメージを守るため、運転者の安全や法令遵守への意識の向上**が図られる。
- Gマーク取得事業所数(平成26年)は、約21,000事業所で、全体の4分の1である。

情報提供サイトの仕組み ① (トリップアドバイザー)

- 世界最大の旅行サイト「トリップアドバイザー」では、旅行者が最高の旅行を計画して実行するため、**旅行者の実体験に基づくアドバイス(口コミ・フィードバック情報)**と、予約ツールとがシームレスにつながった旅行プランニング機能を提供。
- 旅行者のコミュニティとして、世界43カ国でサイトを展開し、世界400万件を超えるホテル、レストラン、観光スポットに対して**1億7000万件以上の口コミ情報を掲載**。

事業スキーム

サービス概要

1. 旅行者が、旅先の実体験情報をWebサイトに投稿(体験をシェア)
2. 別のユーザー(旅行計画者)が、旅先の情報を検索・調査(プランニング)
3. 閲覧者の検索・調査中に「ホテル予約」などのサイトに誘導(サイト誘導=課金)

<スキーム概略図>



<サービス例>



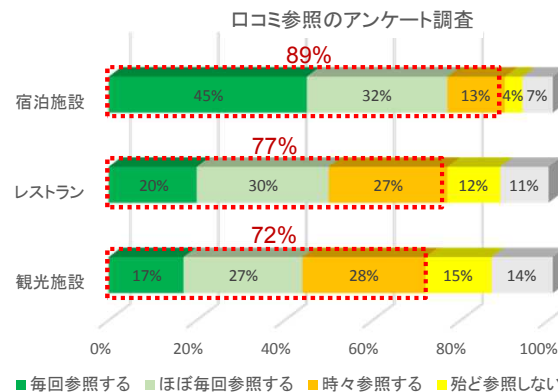
サービスの特徴、口コミ評価の効果

トリップアドバイザーの特徴

- 「旅先の失敗は可能な限り避けたい」との**消費者心理**を捉え、旅行計画ユーザを集客
- ユーザ投稿のため、**最新で生の情報収集**が可能
- **情報量が豊富**で、ホテルだけでなく、観光スポットなどの情報収集も可能
- ユーザ投稿を評価したランキングページなど、**ユーザ目線の情報が掲載**
- 「口コミ」というフィードバック情報と掲載側(例:ホテル)との**双方向コミュニケーションを実現**。小規模な体制でも、低コストでプロモーション可能。

口コミ(評価制度)の効果

- **口コミ(評価制度)は予約を左右する。**



出典: 調査会社 PhoCusWright社が世界中のトリップアドバイザーのユーザーに行った調査

- ◆ 観光施設を選択する際、72%のユーザーが、
- ◆ レストランを選択する際、77%のユーザーが、
- ◆ 宿泊施設を選択する際、89%のユーザーが、「口コミ評価を参照する」と回答。

実体験に基づく旅行者たちのポジティブな口コミは、次の旅行者を誘致する効果を生み出す。

国（観光庁・JNTO）、地方公共団体

公的セクターとして、「客観性」「公正性」を担保することが必要

➡ 氏名、勤務可能地域、連絡先、登録言語など、**一定の範囲に限定**せざるを得ない。

情報の提供主体（公的・民間セクター）により、
提供される情報内容の範囲が制約される

情報提供に関する適切な役割分担の下、
旅行者等が自らのニーズに即したガイドを選択・依頼できる環境整備が必要

通訳案内士（団体、個人）

サービス提供の最前線として、ガイド自らの努力により、
その能力が十分に発揮できる場を開拓することが必要

➡ 業務経験、得意分野・自己PRなどを積極的に発信
するとともに、団体によるガイドの能力評価が可能

旅行業者等

集客・商品化の専門的ノウハウや企業努力を活かした
情報提供を行うことが必要

➡ 旅行者からの要望・苦情を踏まえ、通訳ガイド団体によるガイドの評価を補完することが可能

単に通訳ガイドの紹介をするだけでなく、民間セクターとして、オープンな評価制度を導入し、評価順位と報酬のリンクなど、能力あるガイドが正当な扱いを受けられる仕組みを導入していく努力をすべきではないか。

(2) サービスの多様化

通訳案内士の活用事例 ① (通訳案内士団体によるサービスの充実)

○ NPO日本文化体験交流塾は、通訳案内士団体として、茶道や着付け、伝統料理などをテーマとした**研修を数多く実施**し、**通訳案内士1人が日本文化の講師としても兼務できるよう育成**。

➡ 日本の生活文化に深く触れる**体験型観光ニーズの増加**に対応し、研修で育成した通訳ガイドを利活用するため、**自ら旅行会社を設立**(True Japan Tour (株))。多様なメニューと時間設定により、**充実したサービスを提供**。

NPO日本文化体験交流塾 (通訳案内士団体)

会員の出資により設立

会員に仕事を斡旋

True Japan Tour (株) (第二種旅行業登録)

- 2008年設立。2014年末時点の会員数は640人で、このうち約9割が通訳案内士、約3割が日本文化講師等により構成。
(通訳案内士であって、各分野の教授・師範の資格者も多い)
- 茶道、着物、精進料理、仏像、忍者・侍など、外国人観光客に人気の高いテーマを中心に、通訳案内士向けの研修を実施。
(2014年の年間延べ研修日数は247日にのぼる)

<「着物の着付け講座(初級)」の場合>

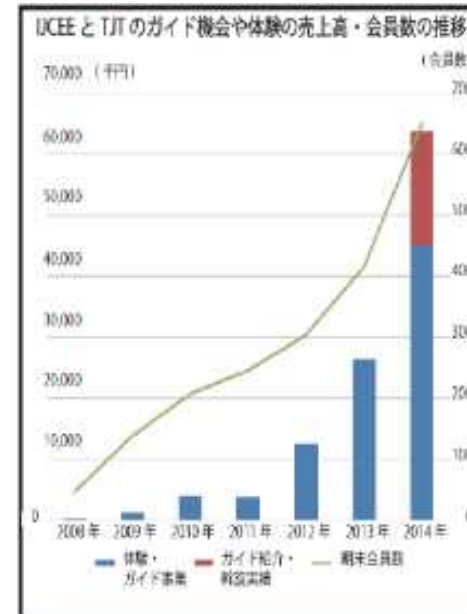
短時間で身支度をして動き回ることが多い通訳案内士でも、20分できちんと着物が着られるようになることを目指す。

回	月日	課題	ポイント
1	5月12日(火)	長じゅばんと着物	裾、おはしより、衿を美しく整える方法
2	5月26日(火)	名古屋帯の簡単結び	秘伝・クリップ固定とお太鼓線仮紐決めの技
3	6月2日(火)	帯の復習と応用	帯揚げ帯締め結び方、袋帯への応用
4	6月16日(火)	総復習	肌着、補正、長じゅばん、着物、帯のおさらい
5	6月30日(火)	着付け認定	動き回っても乱れない着方、崩れた時の直し方

- ・ 午前の部 10:00~12:00 満席
- ・ 午後の部 13:30~15:30 満席



- 2014年設立。自社WEBサイトを通じて体験型観光ツアーを販売し、**会員案内士に対して時間制での仕事を斡旋**。
- 自社販売ツアーでは、ガイド紹介実績(2014年:講師派遣を含む)は2069回に及び、**売上高も急成長中**。



通訳案内士の活用事例 ② (地域の観光振興策と一体となったガイドサービス)

○ 田辺市熊野ツーリズムビューローは、和歌山県による外国人向けプロモーションや受入環境整備などの取組と連携し、着地型旅行商品の販売(第二種旅行業登録)など、地域の観光振興策と一体となった受入を実現。

➡ 地元の通訳ガイド団体(例: NPO法人 Mi-Kumano)と提携し、ツーリズムビューローのHP上においてガイドツアーの販売を行うなど、通訳ガイドの営業力の強化にも貢献。

地方公共団体と観光実施主体の連携 (和歌山県)

連携

通訳案内士のサービス

○ 世界遺産・熊野古道を地域ブランドとして確立させ、これを中心に、温泉・食・トレッキング等をテーマとした着地型観光を推進。



熊野古道



つぼ湯(湯の峰温泉)



川湯温泉



トレッキング

○ 2006年4月、着地型観光を実施する主体として、田辺市及び各観光協会の官民協働により、「田辺市熊野ツーリズムビューロー」を設立。

➡ 2010年に法人格(一般社団)を取得し、第2種旅行業登録

プロモーション・受入体制整備
(県・市・民間協働)

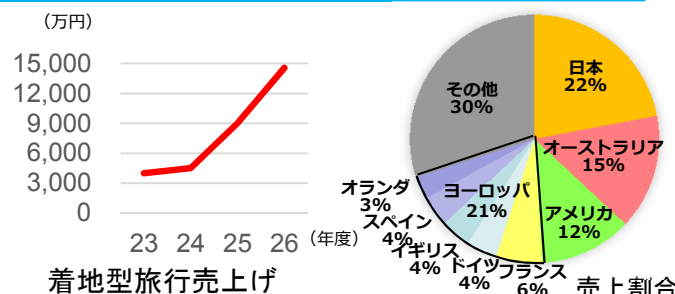


海外の旅行ガイドブックへの情報発信



多言語案内看板の整備

実績



○ 特区制度を活用し、世界遺産エリアを専門にガイドする地元人材の育成(現在81名登録)

➡ 地元の歴史・文化を、より深く、丁寧に案内



高野山・奥の院を日没後に案内する「ナイトウォーク」



熊野古道での法螺貝実演を交えた修験道の説明

○ NPO法人 Mi-Kumano は、通訳ガイドを中心とし、主にFIT向けツアーを実施。着地型ガイドツアーをツーリズムビューローHP上で販売。

➡ 2014年度: 受注102件 (MK: 59、TB: 43)
2015年度: 受注 52件 (MK: 23、TB: 29) 4~6月



○ (株)はとバスは、英語・中国語による**定型的な観光コース**を、都内などに約20コース設定。中国、東南アジア、欧米など幅広い地域の外国人観光客から利用され、取扱実績は年間約8万人(英語8割・中国語2割)に及ぶ。

➡ **ツアーの品質担保**のため、**全てのガイドを通訳案内士に委ね**ており、委託関係にある約50名を活用。

外国人向け観光コース

- コースの行程や時間設定が事前に決まっているため、**ツアー以外の専門的な知識がほとんど必要なく、主婦の方でもワークライフバランスの中で就業がしやすい環境**にある。
- 主な営業方法は、大手旅行会社経由での集客に加え、都内の各ホテル・観光案内所に設置したパンフレットにより、訪日後の外国人を対象とした販売を促進。

<英語コース>

- ・東京都内 8コース
- ・郊外 1コース

<中国語コース>

- ・東京都内 5コース
- ・郊外 6コース



契約ガイドの質の向上

- 旅行会社ならではの取組として、**契約ガイドに対し、自社の各ツアーにおけるOJT形式の乗務研修**を実施。
- 現在、英語ガイド30名、中国語ガイド20名と契約。HP上での募集に加え、契約ガイドからの紹介を通じた信頼できる人材を確保。

<契約ガイド研修の概要>

- ・乗務開始前に、各ホテルでのお迎えサービスの実習
- ・各ツアー試乗(最低2回)
- ・先輩ガイド同乗の下、各ツアーのOJT乗務(最低2回)
- ・先輩ガイドの審査を経て、単独での乗務開始
- ・ガイド全員による情報共有の場として、定期的な意見交換会を実施



外国人向けに拡大できそうなガイドサービスの例

- **信州登山案内人**は、長野県の「信州登山案内人条例」に基づく**山岳ガイド**として、登山に必要とされる知識や技術に加え、**山の歴史や文化についての案内**を実施。
- **蔵王テラポイント**は、山形県の長期滞在型・健康保養地として整備された上山クアオルトにおいて活動する**健康ウォーキングガイド**として、**その土地の気候や地形を活かした自然の案内**を実施。
- **小笠原陸域ガイド**は、小笠原特有の陸域の自然体験ツアーにおいて活動する**島ガイド**として、**島特有の動植物や生活文化等に関する案内**を実施。

信州登山案内人（長野県）

・登山エリアに応じて10 団体に分けられており、ガイドする山岳のほか、**一般の観光案内や登山客への現場の情報提供**を行う場合もある。

・登録者数：412名

・H26年度活動実績
：平均13.4回／人
※回答者は、156／412名

・ガイド料金
：2～3万円／日

・H26年度県内登山者数：約71万人



案内人チラシ

蔵王テラポイント（山形県）

・**豊かな自然、食、温泉などを活かした、科学的根拠に基づく健康ウォーキング**等、上山ならではのプログラムを提供。（原則としてガイド2名で対応。）

・登録者数：61名

・H26年度活動実績
：リーダー 平均58.5回
サブ 平均39回

・ガイド料金：リーダー1,000円／時間
サブ 900円／時間



活動の様子

小笠原陸域ガイド（東京都）

・小笠原の陸地の自然を活かし、**訪問者の要望や当日の島のコンディションに合わせたエコツアーリズムを楽しめるツアー**を実施。

・登録者数：24名

・H26年度観光客数（島全体）
：18,143名（うち外国人208名）

・海域ガイドも検討しているが、現在は未実施。

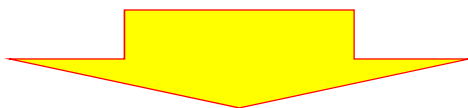


小笠原陸域ガイド

通訳案内士が持つ知識・能力は、幅広いサービスに活用することが可能であり、実際、一部の関係者の間では意欲的な取組が行われている。



しかし、こうした取組は「広がり」に欠け、その可能性に比して外国人旅行者からの知名度が低いのではないか。



このため、新たなサービスを一挙に拡大することは困難であるが、**まずは本検討会の参加者が先鞭をつけることが必要**。その方向性は以下の通りか。

国 : 地域の観光振興支援策において、ガイドサービスの充実を組み込んだ提案・計画を優先採択。

地方公共団体 : 京都市から提案のあった「認定人材バンク制度」のように、観光地域づくりをする際（特に今後の地域ガイド導入時）に、通訳案内士の活用を積極的に位置づけ。

通訳案内士 : これまで培った経験・ノウハウを活かす観点から、国や地域における観光振興関係の検討会等に参画。また、案内標記、パンフレット作成への協力など。

旅行業者等 : ガイド付きツアー等の商品の企画・造成。従来の人材紹介を中心としたデマンドサイドからの取組ではなく、自らも営業リスクを負い、マーケットを開拓するサプライサイドの取組を強化。