

伊勢志摩地域における 英語ガイドの事例紹介／提言

2025年1月9日 安井久美（全国通訳案内士／英語）



伊勢志摩地域でのガイド育成・ツアー造成



ガイド研修

三重県内ではガイド研修が増加

例：「三重県観光ガイド養成プログラム」（三重県庁）

伊勢志摩観光コンベンション機構

明和観光商社 等



ツアー造成

地元伊勢志摩のDMO、観光協会、DMC等もツアー造成を行い、モニターツアーやFAMツアーを行っている

民間事業者も参入（例：飲食店）

→既存ガイドやガイド研修受講者の活用はされているか？

地方のガイド人材確保に向けて（案）



潜在的人材の発掘

- ・ 都道府県にガイドバンク的な仕組みを設け、周知を図る。
- ・ 転勤族で子育て中の人材等、短時間で地方で活動を希望するガイドの洗い出し。（子育て中のガイドには保育所入所やファミリーサポート利用等のサポートも併せて必要。）



効果・成果を感じやすい具体性のあるガイド研修

- ・ 入口→研修→出口のプロセスを重視。研修終了後にガイドをしてもらえる具体的な旅行商品を用意する。
- ・ 「参加型」で実践的なスキルを身につける。（例）講師が ファシリテーターとなり参加者とツアーの台本を作り上げる。

潜在的人材の発掘（案）

公的人材バンク管理

既存ガイドの状況把握

- ・都道府県にすでに登録のある全国／地方限定通訳案内士の情報を集約
- ・就業意志、就業条件等の情報を管理（ガイド自ら更新できるシステムに）

都道府県 登録

新規参入人材の確保

- ・通訳案内士登録証を新規発行／書き換えの際、基本的な登録作業に加え、都道府県からの連絡可否、公的な人材バンクへの登録を促す（都道府県庁）
- ・就業意志のあるガイドと面談

マッチング

事業者等へ紹介、斡旋

- ・人材バンク登録者へ定期的な情報提供を行い、事業者等から依頼があった場合に求人（メール等）
- ・登録情報にマッチする人材がいればピンポイントでコンタクト

＊こうした人材バンクの管理やマッチングは都道府県庁等の公的機関が担うことが望ましいが、実際に運用するスタッフに休眠状態のガイドを活用することも一案。また、業界を違う角度から見られるのは、ガイド自身にも学びの機会となる。



地方でガイドの業務を安定して得るには？

1

ツアー造成への参加

- ・地域でのツアー造成、磨き上げに有償でガイドを招聘
- ・ガイド目線でのアドバイス提供求める（ターゲット層のニーズ、傾向、現場の細かな動線に至るまで）

2

プロモーション活動

- ・地域のプロモーション活動や商談会に同席（通訳者として、あるいは直接営業要員として）
- ・都道府県、DMO、DMC、宿泊事業者等のSNS発信等をサポート

3

地域のインバウンド人材育成

- ・地域のインバウンド関連の人材育成に携わる（語学、接遇、ミステリーショッパー等）
- ・ガイド育成、他地域ガイドへの研修（広域のガイディング力強化のため周辺ガイドと交流、研修し合える仕組）



旅行会社と地方ガイドの関係

1

過去

旅行会社優位の「買い手市場」が続いてきました。

(2008年リーマンショック、2011年東日本大震災、2020年 COVID19)

2

現在

ガイド不足（特に春秋の繁忙期や東京、京都）

3

地方の現状

都市部と比べ、地方ガイドの仕事量は増えたものの、繁閑差が大きい。

地方ガイドにとっては在京の旅行会社の力が強いように感じることも。

旅行会社と地方ガイドの関係



無償アドバイス

地域情報の無償提供。

対価が支払われないケースが多い。

→ガイド料に含まれるという認識か



ガイド業務以外の負担

ルート提案、地域の事業者への紹介や仲介、場合によっては予約手配も。

→ガイドのDMC化

→ガイド業務以外の負担増



ガイドがコンテンツ提供

富裕層向けの「特別な体験」をガイドに提案を求める旅行会社も…

→ガイドに提案リスク（うまくいかなかったら誰が責任を取るのか）

→コンテンツ造成に見合った対価は？

→コンテンツ転用の可能性

提言：伊勢志摩地域におけるインバウンドガイドの持続可能な発展に向けて

1 潜在的人材の発掘、育成

- ・公的な人材バンクを構築。ガイドが随時、自ら更新できるシステムで、就業意志、条件等細かな情報を集約する。定期的にメール等で情報発信し、コミュニケーションを図る。

- ・ガイド有資格者で、転勤、子育て、介護等の理由で活動していない潜在的人材を掘り起こす。

- ・修了後に就業できる業務やコネクションが明確な「出口戦略のある」研修を開催。

2 閑散期対策：ガイド以外の業務提供

- ・DMOや事業者のツアー造成時にガイドをアドバイザーとして雇用。（事業者もコンテンツ造成や磨き上げを行うことができる。実際にツアーが行われる場合にもガイドングがしやすくなる）

- ・商談会等の営業や通訳。

- ・人材育成の講師。講師業務を通じ、地域の事業者とガイドの関係構築のきっかけともなる。

3 ガイド価値向上と業務範囲の明確化

地方ガイドの地域に関する知識や事業者との関係構築の努力は質の高い観光体験に不可欠。旅行会社には、そのような努力を重ねている地方ガイドの専門性を評価、業務範囲を明確化にし、ガイドとより適切な協力体制を構築することを期待する。

例：ガイド業務以外の負担（ルート提案、事業者への紹介、予約手配等）に対しては、別途報酬を支払う。