

前回までの有識者会議でのご指摘

令和6年6月19日
観光庁 観光地域振興部

本会の 問題設定・ 議論の 方向性

- ✓ 地域の収益性を高めていくことが、この議論の最終的なゴールではないか。
- ✓ ガイドにスコープを狭めて議論することは重要である一方、ガイドは地域のエコシステムの中に組み込まれている存在であることから、ガイド単体で議論することは難しい。地域にとってどのようなガイドが必要かという視点を持つべき。
- ✓ 議論するに当たって、「ローカルガイド」等のよく使うワードについては定義を設けるべきではないか。
- ✓ ガイドの全てを把握するのは数年かかる。仮説を持って政策を立案することが重要。

ガイド不足 の状況

- ✓ DMOに対するアンケート調査だけでなく、更に詳しい分析が必要（こういった場面でガイドが足りないと感じているのか。必要としているときがどういときなのか等）。DMO自身が商品造成を行いモニターツアーを実施する場合もあると思うが、お付き合いとしてモニターツアーまではやるけど、その後は引き受けないという場合もあると聞く。そのような場合でもDMOに取ってみれば「ガイドが足りない」ということになってしまう。ガイド事業そのものがどうなっているか全体を整理すべきではないか。
- ✓ ガイドを取り巻く状況を理解する上では、DMCが重要であり、DMCの実態調査を進めるべきではないか。
- ✓ 富裕層向けにガイドができる人材も限られており、東京・京都に集中。DMCの立場からすると、ガイドは取り合いであり、2年先まで予約が埋まっているような場合もある。
- ✓ 潜在的なガイド人材の参入が阻害しているのは、金銭的な待遇だけではないのではないか。時間の使い方等、別の課題もあるのではないかな。
- ✓ 地方ではヤド、ガイド、アシが足りていない。
- ✓ 山岳ガイドなど、まだ把握が出来ていないガイドの領域もある。市場をもう少し把握してから議論すべきではないか。
- ✓ 有資格者であっても実際に稼働できているのはそこまで多くないのではないか。人気のガイドを取り合っているため、ガイドの数が足りなくなっている点が顕在化している可能性もある。

コンテンツ 造成の課題

- ✓ 日本の地域を体験するガイド付きのツアーはニーズは高いが、サプライが圧倒的に弱いのではないかな。業務が複雑かつ担い手が少ないためにスケールしない。代理店商流が強く常に粗利率が低い。また、投資余力がないため、課題解決できず構造が固定化しているのではないかな。
- ✓ 地域側での供給量を増やしていくことが重要。「商品の高付加価値化を図れ」「単価を上げろ」といわれるが、そうすると供給が減ってしまう。供給が少ないと在庫を全てOTAに持っていかれて、利益率の高い直販での販売が低下してしまう。その意味では商品の規格化が重要。
- ✓ 利益率の高いエージェント経由の旅行商品ではローカルガイドが必要不可欠。通常は入れないところ、普通はできない経験をコンスタントに提供できれば、利益率は高くなる。

第1回有識者会議で頂いたご意見②

ローカルガイドの確保・育成のために必要な取組

地域のシステムの 変革

- ✓ **地域側での供給量を増やしていくことが重要。**「商品の高付加価値化を図れ」「単価を上げろ」といわれるが、そうすると供給が減ってしまう。供給が少ないと在庫を全てOTAに持っていかれて、利益率の高い直販での販売が低下してしまう。その意味では**商品の規格化が重要**。※再掲
- ✓ 外国人を受け入れるための地域全体のシステムを、**誰かが責任を持って作り上げていくことが重要であり、ガイドを持続的に供給していくために、地域のシステムそのものを変えていくことが必要ではないか。**
- ✓ 地域のシステムとして、**ガイドの入り口を広げるような取組**は重要。
- ✓ 「**担い手の裾野を広げ、育成し、安定的な需要を作る**」という好循環を構築することが必要ではないか。

需要の 可視化

- ✓ **ガイドに対する地域全体の需要が可視化させることが重要ではないか。**旅行会社への依存を高めすぎないために、**需要を可視化し、ガイド業務を提供しやすい環境整備が必要ではないか。**
- ✓ **需要の可視化（地域ごとの需要予測）**ができれば、ガイド・DMCもニーズに合わせた事業展開ができるのではないか。
- ✓ 需要が可視化されていないという点については、**テーマによっては需要が見えてくる場合もあるのではないか。**

多様な人材 の登用・育成

- ✓ 通訳知識の量に軸足の置かれた全国通訳案内士・地域通訳案内士とは異なる**特定のテーマ・地域に特化したガイドの裾野拡大と育成が重要**。その観点からは、**他業種からのポテンシャル人材の活用が重要ではないか。**
- ✓ 専業主婦の方や兼業の方など、ガイド業でそこまで収益を上げなくても良い方もいる。**多様な人材に応じた就労環境の整備が必要**。
- ✓ ガイドを専業化させるときには、**閑散期におけるガイドの就労先を地域で確保していくことが必要であり**、DMOの役割が重要。
- ✓ ガイドの育成について、どういうステップを踏むとどうなるのか明らかでないのがやりづらさに繋がっている。全国一律の制度は難しいかもしれないが、**ステップアップの道筋を示してあげることは自信にも繋がる**。
- ✓ **稼いでいるガイドの実態や、本業ガイド・副業ガイドのロールモデルを示すことが重要**。

職業としての 「ガイド」への 理解増進

- ✓ 「ガイド」の仕事について、**正確に業務の内容を理解している人は少ないのではないか**。ガイドは日本や地域の魅力を伝える重要な仕事。ガイドの仕事が魅力的なものであることについて、理解して貰うための取組が必要。
- ✓ 「ガイド」というと「長く働けない」と感じてしまう方も多いのではないか。

求められる ガイド像 ・品質管理

- ✓ 本来であれば、学教教育の段階から取り組むべきだが、外国人と接する上では、国際的な感覚・感性を持った人材の育成が必要。
- ✓ **ガイド個人の評価制度も重要**。口コミも重要だが、しっかりとした評価制度を設け、品質管理を行うべき。

ガイドの 就労環境

- ✓ 専業主婦の方や兼業の方など、ガイド業でそこまで収益を上げなくても良い方もいる。**多様な人材に応じた就労環境の整備が必要**。※再掲
- ✓ **チップをどう扱うか**という点も議論すべきではないか。

ガイド不足 の状況

- ✓ 「ガイドが足りない」と言ってもその状況は様々。時期・地域・タイミング・スキル・語学・条件など、足りない状況を生み出している理由は様々。
- ✓ ガイドが足りていない原因はビジネスの構造の問題が大きい。特に地方部においてはガイドビジネスを事業として成り立たせる難易度は高い。単独のコンテンツ事業者だけでは供給できる仕事量に限界があり、ガイドのキャリア形成までは至れない。
- ✓ 地方部においてもガイドをやりたい人は潜在的にたくさんいるのではないか。他方で、ガイドをたくさん抱えても需要が追いついていない場合もあり、活用できていない人材も多い。
- ✓ インバウンドの観光客にとってガイドが不可欠というわけではなく、ガイドが不要なFITの方はたくさん来ている。ガイドの役割とは何かということを改めて考える必要。ガイドは付加価値を高める、お客様の満足度を高める、うまくいけば消費額を高めていくという役割ではないか。そうした役割を果たすプロフェッショナルなガイドが必要。
- ✓ 地域でどれくらいのガイドが必要かということを考えると、高付加価値旅行でいうと、プロフェッショナルなガイドを提供できる人が1人が2人、3人が5人になるだけでずいぶん違う。

今後の 議論の 方向性

<ローカルガイドの役割>

- ✓ 「地域において提供したいツアーやコンテンツの持続的な供給のために」との記載があるが、ローカルガイドの価値・役割についても明記すること。
- ✓ インバウンドの観光客にとってガイドが不可欠というわけではなく、ガイドが不要なFITの方はたくさん来ている。ガイドの役割とは何かということを改めて考える必要。ガイドは付加価値を高める、お客様の満足度を高める、うまくいけば消費額を高めていくという役割ではないか。特にガイドは地域製品の消費を促す存在でもある。会話するだけでなく、ビジネス的な観点を持ったガイディングが必要。このような役割を果たすプロフェッショナルなガイドが必要。
- ✓ ガイドはその地域の深掘りをする上では有効なツールであるが、基本的に集客機能を有するものではない。ガイドの位置づけについて認識がずれている地域もあるのではないか。
- ✓ ガイドは「楽しい」「ためになる」「得をする」の3Tを演出する必要。

<地域の構造の変革>

- ✓ ローカルガイドの確保・育成をテーマにする本会であるが、ローカルガイドの確保・育成のためには育成の方法を議論する前に、地域のビジネスの構造そのものを変えていかないといけないのではないか。その際には現実に即した実現可能な形での変革であることが重要。

<セグメント>

- ✓ 構造の変革について議論する際にはセグメントを分けて議論すべきだが、新たな構造を作り上げていくという観点からのセグメントが必要。その観点から、ガイドするテーマで分類するのではなく、専門の職業ガイドなのか副業なのか、ガイディングスキルが売りのガイドなのかコンテンツインストラクターとしてのガイドなのか等のセグメントが考えられる。
- ✓ 時期やタイミング等によって変動する需要に対して、供給サイドもボラティリティを持った供給をしていく必要。専門の職業ガイドを作っていくこととパートタイムでも働けるガイドを作っていくことの両方を議論していかなければならないのではないか。
- ✓ 需要のあるエリアとそうでないエリアで打ち手が違うというのが明確になった。今後の議論では地域を分けて議論すべき。

<仮説の再検証>

- ✓ 今般設定した仮説を再検証・分析していく取組も必要。分析材料として、DMOだけでなく、ガイドの業界団体やエーエージェントを活用した仮説検証の基盤を確保すること。
- ✓ 外国人ガイドは地域の団体に属していない場合も多いかもしれないが、重要な存在。外国人ガイドにもヒアリングが必要ではないか。

<ガイドに関する全体像>

- ✓ 日本最先端のガイドだけを育てていくのは限界がある。国はガイドを取り巻く「ありたき姿」の全体像（ビッグピクチャー）を示し、それを実現するための戦略づくりが必要。

地域の構造の 変革

- ✓ **まず供給を増やすことが重要ではないか。**供給が増え柔軟性が出てくるとマーケティングしやすくなる。供給に制約が係ると需要とのミスマッチが起こりやすい。
- ✓ 事業者側は収益性の向上はもちろん、**ガイドへの投資やシステムへの投資をしっかり行うべき。**国にはビジネスが成り立ちにくいエリアでの立ち上げ支援やシステムの初期的な投資支援を頂きたい。
- ✓ **空いているガイドの可視化ができていないとコストが膨大。**DX化が急務。
- ✓ 自前でシステムを使い切るのは困難だが、DX化していくのは必須。**既存のシステム等の組み合わせのベストプラクティスを作っていくことが重要。**
- ✓ ガイドに対する地域の相場がまだまだ低い。**インバンドからはこれだけ貰っていいんだという実感を与えつつ、価格を上げていくことが重要。**
- ✓ **採用・教育コストを見込んで価格に転嫁できている事業者は少ない**のではないかと。魅力的な競争優位性のある待遇を提示できていない。
- ✓ 観光資源には、集客のための資源、来てみたら面白かった資源、地元として知ってもらいたい資源の3種類がある。地域側においては、その違いを意識して使い分ける必要。

多様な人材の 登用・裾野の拡大

- ✓ 時期やタイミング等によって**変動する需要に対して、供給サイドもボラティリティを持った供給をしていく必要。**専門の職業ガイドを作っていくこととパートタイムでも働けるガイドを作っていくことの両方を議論していかなければならないのではないかと。※再掲
- ✓ 裾野を広げていくためには、**初心者ガイドの方に色々求めていくのは無謀。商品の規格化**と併せて、お客さんがガイドに多くを求めず気軽に参加する**エントリーモデルになるようなツアーを地域が用意することが重要ではないか。**
- ✓ **ガイドデビューしやすい環境を整える**ことで人材の集客にも活用できる。**学生ガイドの育成**も打ち手の一つとして考えられる。
- ✓ 地域側に求められる取組として、**観光事業者ではない方の観光への取り込みが重要。**たとえば、一次産業に関わる若者や移住者の**新たな稼ぎ先にもなる。**関係省庁とも連携して取組を行うべき。

インバウンドにも対応できる ガイドとしての育成

- ✓ 観光は収益事業でありビジネス。**経営者育成という視点も重要。**
- ✓ ガイドの育成においては、**経験・知識よりコミュニケーション能力、説明より会話、座学より実地・実践・OJT**が重要。
- ✓ ガイドの育成にはカリキュラムの問題、個人の素養の問題、ガイド業に対する個人のスタンスの差、営業スキルの問題があるため、ガイド育成事業をやればガイドが増えるというわけではなく、単年度の事業だけで人材育成は出来ない。**長期的視点で全体設計が必要。**

ガイドの 就労環境

- ✓ **繁閑差への対策が打てていないこともガイドが確保できない理由の一つではないか。**※再掲
- ✓ 観光のプロと呼べるガイドであれば、オフシーズンのプロモーションやコピーライティング、商品造成へのアドバイザー、若手ガイドのトレーニング等への活用が可能。
- ✓ ツェルマットの事例や学生ガイドの活用など、**繁閑差の波を克服する地域の良い取組を共有することが重要。**

職業としての「ガイド」への 理解増進

- ✓ 修学旅行でガイドツアーへの参画など、**大人になるまでにガイドに触れる機会を作ることも裾野を広げる観点から重要。**
- ✓ 良い観光地域づくりに取り組んでいる地域は必ず観光教育にも力を入れることができています。

ローカルガイド を取り巻く 現状と課題

- ✓ 通訳案内士の居住地域が都心に偏在しているため、都心周辺の有名観光地であれば通訳案内士の確保にそれほど困らないが、地域に対して真に理解が深い専門ガイドの数はまだまだ必要。
- ✓ ローカルと一言にいても地域により状況も異なる。ガイド需要がある地域でも季節等による繁閑差等、ガイド不足の状況は様々。また、質を求めなければ足りているということになるだろうが、自信をもってエージェントに紹介できるガイドは少ない。

目指すべき 方向性

<ガイドの役割>

- ✓ プロのガイドは、混雑している観光地でも混雑を避けてうまく観光消費に繋げる役割も期待できる。
- ✓ ガイドは地域全体の受入体制の一部。地域全体の受入体制を整えながらガイドを育成していくという視点が必要。
- ✓ 満足度の向上だけでなく、地域に対するロイヤリティー（愛着）を高めていくこともガイドの重要な役割。属人的な関係を超えて属地的な関係に繋がるようなガイドを目指すことが重要ではないか。ガイドを通じて、訪問者・ガイド双方のロイヤリティーを高めていくことが重要。

地域において必要な取組の仮説①

裾野を広げる 取組

<新規参入の促進>

- ✓ 担い手を増やす施策として、通訳案内士試験内容の改定やセカンドキャリア組のガイド教育や機会の提供が必要ではないか。

<地域一体となった安全対策>

- ✓ 地震発生時に、次に津波が来る可能性があることを理解している外国人は少ないのではないかと。日本人で常識になっている知識でも外国人は持っていない場合もあるのではないかと。
- ✓ 日本エコツーリズム協会でエコツアー保険を代理店販売しているが、協会の収入確保に繋がり、協会会員を支援する仕組みにも繋がるという効果もあった。
- ✓ 安全管理もガイドの就労環境を支える重要なインフラ。危険度の高いツアーやプログラムであっても、安全管理をガイド個人任せになっっている場合も少なくない。安全管理をシステム化していくことが重要。

<ロールモデルの創出>

- ✓ 過去のお土産産業でも、現在のガイド業に似た状況であったが、業界のスターがけん引して市場を形成していった。その意味で、Guide of the Yearのような素晴らしいガイドを表彰する取組は重要。
- ✓ プロフェッショナルを育成する観点から、ガイドのトップ層が報酬やライフスタイルも含め可視化され憧れの対象となるステップを作っていけるとよい。トップが可視化されている、ロールモデルが設定されている、そのためのステップが示されているということが重要。
- ✓ ガイドという業界自体がマニアックで抽象度が高く、各ガイドの価値を言葉にするのがなかなか難しい職業。いろんな形のロールモデルがあるので、その点は留意が必要。

ガイドの育成・質の向上

<研修費用のあり方>

- ✓ プロ意識の欠如がみられる場合も少なくない。地域の無料研修は受け身を助長しているのではないか。
- ✓ ガイドの研修について無料で開催している地域も少なくないが、本気でガイド業で稼いでいくこと覚悟がある方を集める意味では、相応の費用を負担することが重要。
- ✓ 地域に置いてガイドの役割を担っているのは職業ガイドだけではなく、ボランティアの方やホテルのフロント等もある。職業ガイド以外も含めて幅広い観光事業者等が地域に対する正しい知識を学べる環境づくりも重要。

<研修の対象・内容>

- ✓ 現場に出たら新人もベテランも関係ない。顧客からクレームが入り、ガイドチェンジされたら、若手のレベルアップの機会がなくなってしまう。新人～3年目のガイドの実践的研修が欠けているのではないか。
- ✓ 専門ガイドを育成するプログラムは、地域に特化した内容でありながら国際水準に準拠したものである必要。
- ✓ ガイド自身の営業力強化が必要。ガイドが自らのサービスを宣伝・営業するためのスキルを見つけるための研修の実施や、オンラインプラットフォームを活用して、自らのサービスを広く宣伝する手段を提供することも重要。
- ✓ プロフェッショナルのガイドは言語能力・知識だけでなく、旅行者のニーズを汲み取れることや会話の中での引き込まれ方等の総合力が必要。覚えた知識を暗唱するだけのガイドも少なくない。訪問者が「今日一日楽しかった」と思ってもらえるガイドを育成する必要。

<副業人材のプロ意識の醸成>

- ✓ トップの方でも仕事に限られるというのを伺うと、将来的には専業だけでという理想はあるが、どうしても副業に頼らざるを得ない。他方で、副業が中心だとすると、プロ意識の醸成が課題になる。ガイドを目指す方は地域愛が強い方々が多いので、そこをモチベーションにプロ意識を高めていく等、地域側での仕掛け作りが重要。

<需要の創出>

- ✓ 需要を高めるためにもガイドの供給を高めていかなければならない。
- ✓ ガイドの供給について、現状のガイドが足りる足りないではなく、持続可能な観光地域づくりに効果的な定量目標を決めるなど、戦略的な供給量の目標が必要。

安定的な需要づくり

<供給の可視化>

- ✓ 地域で認定したガイドを可視化するだけでも国内外のエージェントからの問い合わせは増える。

<ガイドの効率的な活用>

- ✓ 地域が目指している水準でガイドを確保していくためには、ガイドを効果的に動かせるインフラが整備され、機会損失を縮減していくことが重要。例えば、今年3月に道路運送法のガイドラインが策定され、ガイドが観光客を運送する場合の道路運送法上の許可または登録を要しない場合について明らかになった。このような取組もガイドの機会損失を縮減する取組として重要。7

就労環境の改善

<繁閑差対策>

- ✓ 繁閑差の緩和に向けた対応として、オフシーズンでもガイドが活動できるような新しい観光プログラムやイベント等の企画、他地域で活動できるような広域のガイドネットワークの構築が必要ではないか。

<ガイド報酬のあり方>

- ✓ 地方部でガイドだけで生計を立てるのは難しい。優秀なガイドには都心を中心にガイド以外の割の良い仕事がたくさんある。そのような状況の中で地方部において優秀なガイドを地域で確保するためには、均一の料金体系ではなく、ガイドの質に応じた報酬制度の導入が重要。そのためにガイドの質を評価するためのシステムの構築が必須。
- ✓ どうやってガイド業で稼げるようにするのかということを地域で考えなければ、ガイドは長く続けることはできない上、憧れの職業にもなれない。日本国内の標準で考えるのではなく、海外のスタンダードで報酬を決め、その対価に見合うサービスを提供することが重要。

<地域側のサポート>

- ✓ 地域通訳案内士は自治体のサポートがあるが、全国通訳案内士にサポートがない。自治体で作成するガイドの一覧表に全国通訳案内士は載せて頂けなかったこともあった。このことで地域の方から「通訳案内士ではない」という誤解が生まれたことも。全国通訳案内士も地域通訳案内士と同等のサポートが受けれる体制が必要ではないか。

観光コンテンツの商品としての磨き上げ（プロダクツ化）

- ✓ ガイドだけを増やしていくだけでなく、商品（サービスプロダクト）も増やしていかないといけない。
- ✓ 観光コンテンツをしっかりとガイド付きの商品（プロダクツ）に磨き上げていくことが重要。
- ✓ ガイドの確保の前に観光コンテンツとしての魅力が担保されていない場合も少なくない。自治体の枠にとらわれた観光コンテンツ開発・プロダクトアウトの発想が課題。観光コンテンツの魅力を確保する意味では、地域を超えた連携の取組が引き続き重要。また「あるものをどう見せるか」という視点ではなく、「旅行者がどういう体験を求めているか」という視点も持つことが重要。

今後の議論の方向性

<個人事業主中心となっているガイド業界のあり方の見直し>

- ✓ ガイドという職業について個人が動くことを前提に議論してきたが、宿泊事業者や交通事業者と比較して、ガイドについては業界として固まっていけないのではないか。ガイドの業界のあり方についても議論した方がよいのではないか。
- ✓ 観光協会に所属していないガイドも多いが、その場合だと地域の戦略から外れてしまい、情報が得られていない場合もあるのではないかと。
- ✓ 個人事業主は雇用保険に入れない、そのため育児休暇が取れない等の課題がある。個人事業主が中心の構造も変えていけないのではないか。