

観光をより魅力的にする、「地域観光ガイドプラットフォーム」の構築に向けた活動

木村 剛徳（慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科 / 第一生命ホールディングス株式会社）

Keyword： 観光、ガイド、プラットフォーム、地域活性化、人材育成

【はじめに】

筆者は現在、第一生命ホールディングス株式会社に所属しながら、社業を離れ慶應義塾大学先端生命科学研究所（以下、先端研）で社会人大学院生として活動している。そのきっかけとなったのは、先端研と第一生命保険株式会社との間で2018年8月に締結された包括連携協定であった[1]。

先端研は2001年に山形県鶴岡市に新設された研究所であり、マルチオミクス生物学の世界的パイオニアである[2]。筆者は文系学部出身であるが、文系・理系の垣根や既存の先端研の枠組みにとらわれない様々な活動を学内外で取り組んでいる。鶴岡をフィールドにした活動の趣旨は①課題が与えられていない中、能動的にコミュニティに関わりフィールド活動等を行うことで地域に溶け込む、②分野やバックグラウンドにとらわれない様々な活動・取り組みを実施する、③会社や社業の枠組みにとらわれず、鶴岡の活性等に資する取り組みを行う、ことである。この趣旨に則りフィールド活動を行う中で、有識者による解説の有無が観光に与える印象に差異を与えるということに問題意識を持ち、より観光が魅力的になるような仕組み作りができないかを活動の軸とした。

【背景】

1. 観光の現状および課題

日本人国内旅行消費額は20兆円前後で推移しており[3]、旅行は一大産業であると言える。また観光・レクリエーションを目的とした国民1人あたりの国内平均旅行回数は1.30回であり[4]、観光旅行は人々にとって身近な娯楽の1つであると言える。

一方、株式会社旅工房（2018）[5]によるアンケート調査では、「旅行の計画は手間がかかる、または難しい」と回答する割合が70.5%にのぼる。その理由として「情報や選択肢が多いため」（66.7%）の回答割合が最も高く、旅行の計画疲れが起きていると指摘している。さらに、公益財団法人日本交通公社（2019）[4]によると「行ってみたい旅行タイプ（複数回答）」として「歴史・文化観光」（41.9%）が上位となっている一方で、旅行の動機（複数回答）は「旅先のおいしいものを求めて」（62.4%）や「日常生活から解放されるため」（59.8%）が上位となっており、歴史・文化観

光に関わると思われる「知識や教養を深めるため」（19.3%）は相対的に低い。

これらのデータから、「計画を立てるのは面倒」だが、「年1回くらいは旅行に行きたい」という気持ちもあるため、「非日常感が味わえる、つまり居住地周辺にはないものを求めて歴史・文化施設を巡る」が、そもそも「知識や教養を深める」ことが動機となっていないため、何も得ないで、また何も感じないで帰る、というケースも多いのではないかと推察される。歴史・文化施設を巡った際に、観光者が現地の住民から巡った地における背景等を語ってもらったり、気になったことを聞いたりするなど、気軽にコミュニケーションを取ることができれば、観光に付加価値が生まれるのではないかと考えられる。

2. 地域観光ガイドの現状および課題

観光者と地域住民の接点機能は観光ボランティアガイドとして存在するが、本稿では千葉（2003）[6]が定義した、自分たちの地域の歴史文化等を紹介する観光案内活動を実施する市民を指す「地域観光ガイド」の呼称を用いる。

日本観光振興協会によると、同協会が把握する数で1,728組織が存在しており（同サイトでは観光ボランティアガイドと呼称）[7]、広く普及した団体であると言える。地域観光ガイドを利用することで、観光者にとってはガイドの人的魅力を通じて観光地の評価を高め[8]、また歴史観光資源が人々の心の中により大きい思い出・印象を残すことになる[9]。地域観光ガイドにとっても、交流を通じて地域の理解を深めてもらうのと同時に地域内交流の場、自らの学習の場としての役割も担っている[8]ことから、双方にとって意義のある取り組みであると言える。

しかしながら、地域観光ガイドの運営団体である鶴岡市観光ガイド協議会によると、年による増減はあるものの2008年の9,659人をピークに減少し、2017年は1,937人であった。地域観光ガイドはその有用性にもかかわらず利用されていないのではないかと考えられたが、先行研究において地域観光ガイドを利用したことがある人を対象にしたアンケート調査は見られるものの、そうでない人を対象にしたものは筆者の調べる限り見当たらなかった。そこで、本活動のテーマを、「観光者はなぜ地域観光ガイドを利用しないのか」とし、これをベースにフィールド活動を行った。

【研究方法①】

「観光者のニーズ」、「地域観光ガイドの運営」、「地域観光ガイドの実践」のそれぞれの観点からアプローチすることで示唆を得るべく、フィールド活動を実施した。

1. 観光者のニーズ調査

観光者がどのようなニーズを持って鶴岡市に来訪するかを把握するべく、観光振興のかじ取り役として観光戦略を推進する機関である一般社団法人 DEGAM ツーリズムビューローに協力を仰ぎ、同社が運営する鶴岡市観光案内所（以下、案内所）で計 55 時間の実践活動を行った。

2. 地域観光ガイドの運営実態調査

観光者が地域観光ガイドを手配するにあたり、予約受付や地域観光ガイドの引き合わせ等について詳細に把握するべく、鶴岡市観光ガイド協議会へヒアリングを行った。

3. 地域観光ガイドの実践

地域観光ガイドをなぜ利用しないのかを明らかにするために、観光者等に対して地域観光ガイドを体験してもらい、フィードバックを得ることを目的に以下取組みを行った。

(1) 関東在住者に対する観光ツアー

関東在住の社会人 20 名を対象に鶴岡市内の観光プランを設計した。鶴岡市観光ガイド協議会協力のもと、行程のうち 1 時間を地域観光ガイドが案内するプランであった。

(2) 地域住民による地域観光ガイド企画

地域観光ガイドの運営団体に所属していない地域住民がその役割を担えるか、また観光者の利用意向を把握するべく、まちの活性を進める任意団体のゆらまちっく戦略会議に協力を仰ぎ、鶴岡市西部の由良地域を実践の場とした地域観光ガイドを企画した。

移住者交流会実行委員会を立ち上げ、鶴岡市が運営する移住者交流会を起点に集客を行った。主催および集客管理は鶴岡市、企画および運営は筆者他 1 名の学生が担った。

(3) 鶴岡ふうどガイド養成講座受講

鶴岡の食文化を活かした案内ができるガイドを認定する「鶴岡ふうどガイド養成講座」の受講者が地域観光ガイドの担い手になり得るかを把握するべく受講した。

【結果①】

1. 観光者のニーズ調査

市内マップを提供して欲しいという依頼や観光地までのバス経路の照会等が主であった。一方で、全くプランを持たずに来訪する観光者や、一定の空白時間で見学できることを問われることもあった。筆者が案内所で実践する限りにおいて、地域観光ガイドに関する照会はゼロであった。

2. 地域観光ガイドの運営実態調査

ヒアリングにより、施設側の理解も得ながら親身に観光者へ案内している一方、運営スキームが電話申し込みのみで、都度地域観光ガイドと日程を調整するという手法を採っていたり、高齢化により運営継続が今後難しくなることが懸念されたりするなどの現状であることも判明した。

3. 地域観光ガイドの実践

(1)および(2)は新型コロナウイルスの影響により中止となった。しかし、(1)は事情のあった数名を除き全員が地域観光ガイドの案内プランに同意していた。また(2)は自らの地域の歴史や文化を語ることでできる住民がいることがわかった。参加者も募集の始めて打ち切ったものの、担当者によれば募集上限に達する見込みであるとのことであったことから、一定のニーズがあることが窺えた。

ふうどガイドの受講者はいずれも住み慣れた場所を対外的にアピールしたいという思いを持つ者であり、田口他 (2010) [8]が指摘する「地域に住む人・地域に愛着や誇りを持つ人が情報を伝えるという点で意義がある」ことから、地域観光ガイドの良き担い手となり得ることが示唆された。

4. 結果まとめ

実践活動を通して、地域観光ガイドには一定のニーズがあり、魅力的なコンテンツになり得ることが示唆された。しかし、案内所において地域観光ガイドに関する照会がゼロであったこと、およびふうどガイド等の体系的な情報発信の場がないことなどから、地域観光ガイドの存在が観光者に知られていないのではないかと仮説を得た。そこで、観光者となり得る一般人を対象にしたアンケートにより、その認知度や利用意向を明らかにするとともに、さらに活用されるための方策を講じることとした。

【研究方法②】

地域観光ガイドの認知度や利用するための要件を中心に表 1 の項目に関するアンケートを作成、収集した。

表 1. アンケート項目

対象	会社員、パート・アルバイト・派遣社員 (n=94)
形式	Google フォームによる Web アンケート
内容	回答者の属性
	地域観光ガイドの認知度
	地域観光ガイドを利用する要件
	地域観光ガイド利用の予約期限
	地域観光ガイド利用にあたり許容できる予約手段

【結果②】

地域観光ガイドが国内に存在することを知っていた割合は31%にとどまった（図1）。

どうすれば地域観光ガイドを利用しようと思うかについて、「要望に応じたガイドをしてくれる」、「直前でもガイドの手配ができる」、「ガイド予約の手段が豊富」、「値段が安い」の回答が多かった（図2）。

地域観光ガイドを利用する場合に許容できる予約期限を問うたところ、75%が当日から2日前に予約ができると回答した（図3）。

地域観光ガイドを利用する場合に許容できる予約手段を問うたところ、ウェブサイトが最も多く、次いでスマートフォンアプリという結果であった（図4）。

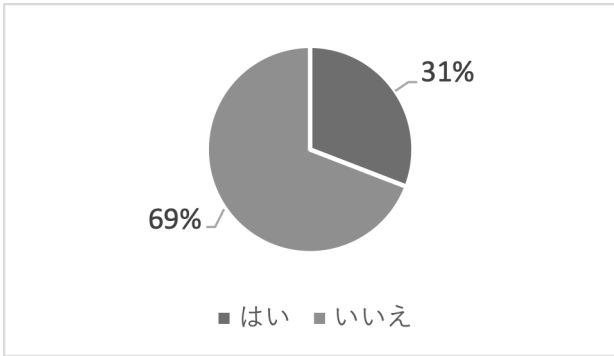


図1. 地域観光ガイドの認知度

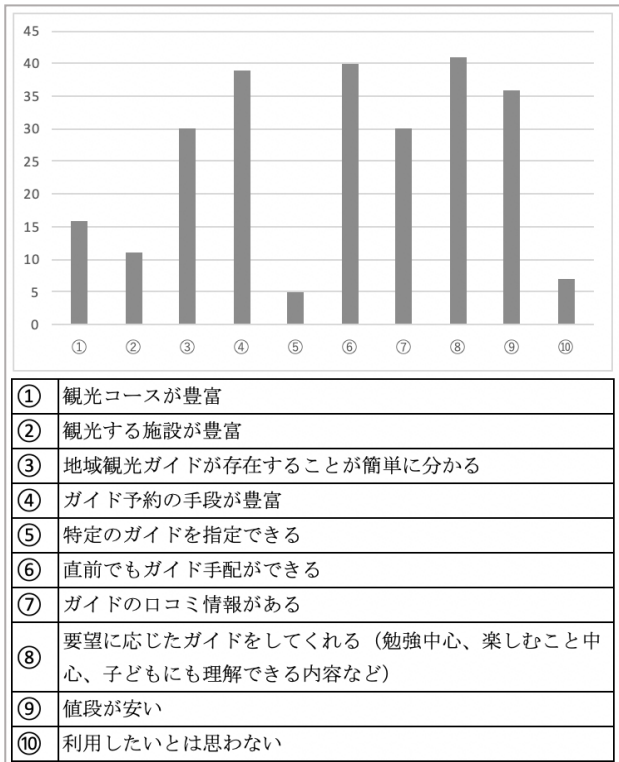


図2. 地域観光ガイドを利用する要件

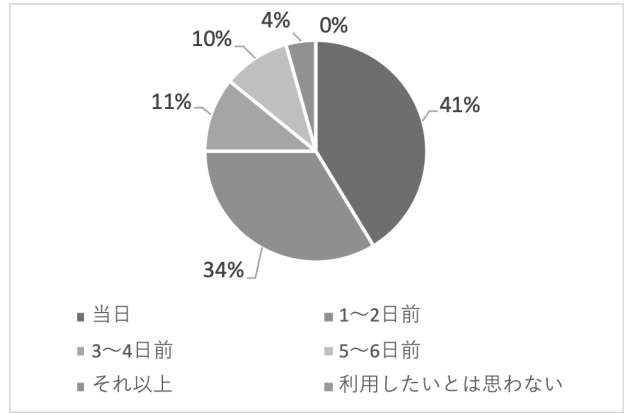


図3. 地域観光ガイド利用の予約期限

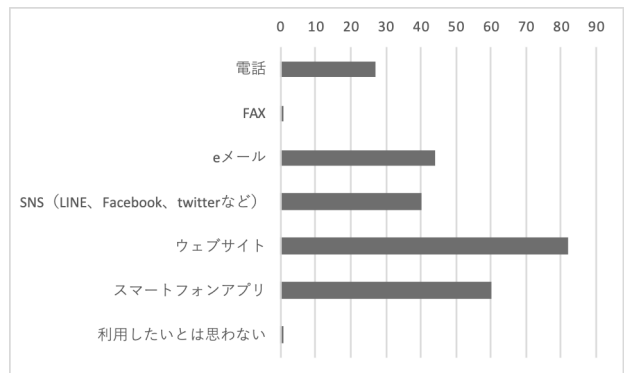


図4. 地域観光ガイド利用にあたり許容できる予約手段

【考察・今後の展開】

アンケート結果および各活動により、観光者と地域観光ガイド（運営）との間に表2の通り乖離があることが判明した。観光者にとって地域観光ガイドの存在が知られていなかったり、予約手段や期限に一定のニーズが存在していたりする。地域観光ガイドの運営団体である鶴岡市観光ガイド協議会に限って言えば、1人1人の要望に応じた丁寧な対応を心がけていることも要因であると想定されるが、現状ではニーズを満たしきれない部分も存在する。他方、ゆらまちっく戦略会議のように、地域を盛り上げたいという思いを持ち、地域の歴史・文化について語るができるが、観光者が来ないという課題を抱えている地域住民もいる。またふうどガイドは市や旅行代理店等からの斡旋が主であり、活躍の場が限定的になっている可能性がある。

こうした現状を踏まえ、運営団体所属有無にかかわらず、観光者が各観光先の施設等の案内を地域観光ガイドに、より安易に求められるよう、ウェブサイトにおける「地域観光ガイドプラットフォーム」の構築を提案する。

表2. 観光者ニーズと運営実態

	観光者ニーズ	地域観光ガイド運営
地域観光ガイドの存在	69%の人が認知していない	鶴岡市観光ガイド協議会のほか個別の地域観光ガイドも存在する
予約締め切り	当日または1-2日前に予約したい	鶴岡市観光ガイド協議会は5営業日前までに予約が必要
予約手段	ウェブサイト	鶴岡市観光ガイド協議会は電話

図5にプラットフォームのデータ構造および処理の概要を示した。地域観光ガイドは自らが案内できる場所情報を1つまたは複数保持するほか、案内可能な時間を予め登録しておく。また図2の結果を踏まえ、多様な観光者ニーズに応えられるよう、自らが得意とする、あるいは可能な案内対応（勉強中心、楽しむこと中心等）を記載するアピール欄を設ける。また地域観光ガイドによっては直前の申込みでも案内可能な場合もあれば1週間前までには予約が必要である場合もあるため、地域観光ガイドごとに案内可能時間は個別に設けられるようにするなどの仕組みが必要である。

観光者はウェブサイトを訪れた際に時間や場所を選択し、提示された地域観光ガイドのアピール欄等を参考に特定の地域観光ガイドを選択し、予約手配を行うといった流れである。本プラットフォームは予約システムの1種であると考えられるが、例えば美容院の予約などと異なり、サービスの供給者（＝地域観光ガイド）が提供するメニュー（＝案内可能な施設）が画一ではないこと、また提供時間（＝案内可能時間）も各人が設定するものである。

本プラットフォームは鶴岡市をフィールドとした活動によって得た提案であるが、他地域も含めより多くの地域観光ガイドが当該プラットフォームに登録し、全国各地にある施設を網羅できるようになれば利用が拡大するとともに、観光者にとって地域観光ガイドを手配する際の主要な選択肢の1つになり得ると期待される。今後、他県・他市における事例を収集しつつ、プラットフォームのプロトタイプ制作等を通じてイメージ化し、鶴岡市観光ガイド協議会をはじめとした観光団体や個人へヒアリングを行ったうえで課題点の洗い出し、構造の改善を図っていく。

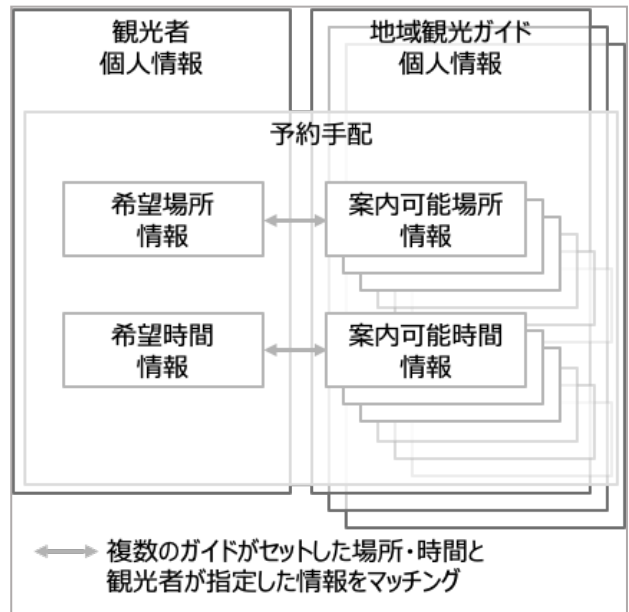


図5. プラットフォームイメージ

【引用・参考文献】

[1] 第一生命保険株式会社ホームページ「慶應義塾大学先端生命科学研究所と第一生命が包括連携協定を締結」 https://www.dai-ichi-life.co.jp/company/news/pdf/2018_028.pdf, (参照 2020-05-20).

[2] 富田勝 (2019) 鶴岡サイエンスパークの創造と地方創生. 博士論文. 慶應義塾大学. 東京

[3] 観光庁ホームページ「旅行・観光消費動向調査」 <https://www.mlit.go.jp/common/001287451.pdf>, (参照 2020-01-15).

[4] 公益財団法人日本交通公社ホームページ「旅行年報2019」 <https://www.jtb.or.jp/research/theme/statistics/statistics-tourist/>, (参照 2020-01-15).

[5] 株式会社旅工房ホームページ「最新！旅行意識調査」 <https://www.tabikobo.com/company/news/press/2018/06/180605>, (参照 2020-01-15).

[6] 小林浩 (2013) 地域観光ガイドの活動実態とその意義に関する研究. 修士論文. 千葉大学. 千葉

[7] 公益社団法人日本観光振興協会ホームページ「観光ボランティアガイドとは」 <https://www.nihon-kankou.or.jp/volunteer/about/>, (参照 2020-05-25).

[8] “観光ボランティアガイドによる対話型情報提供の意義とその評価” 田口秀男, 木村一裕, 日野智: 土木計画学研究・論文集 27:249-256 (2010)

[9] 須田寛 (2019). 観光と文化 白坂蕃, 稲垣勉, 小沢健市, 古賀学, 山下晋司(編) 観光の事典 朝倉書店 pp. 33-9.