

Guide

歩く旅をガイドするということ

～エンジニアリングとしての接遇要件～

Walk

Travel



歩く旅をガイドするということ
～エンジニアリングとしての接遇要件～

歩く旅をガイドするということ

～エンジニアリングとしての接遇要件～

阿蘇エコツーリズム協会

阿蘇エコツーリズム協会

2015年版

歩く旅をガイドするということ
～エンジニアリングとしての接遇要件～

2015



歩く旅をガイドするということ ～エンジニアリングとしての接遇要件～ 2015年版

目 次

■はじめに	3
1. このガイド育成教材を編纂する趣旨と使い方	
■第1章 ガイドってなに？	6
1. ツアー参加者の満足度をあげるために	7
■第2章 時間軸からみるガイドの諸要件	11
1. プログラムづくりの手順	12
■第3章 ガイドに求められる様々な技術	37
1. センス（心構えに関する部分）	38
2. スキル（見せる、伝える、管理する技術に関する部分）	43
3. 知識（伝える中身に関する部分）	56
4. エンタテインメント(楽しませることに関する部分)	57
■第4章 小道具の活用法とアイデア集	61
《参考とした文献及び情報》	69

はじめに

このガイド育成教材を編纂する趣旨と使い方

ガイドツアーに参加して、膨大な情報をただひたすら語る（あるいは客に押し付ける）そんなガイドに遭遇したことはありませんか？確かに「色々なことを知っているなあ」という感動はあるかもしれません。ガイドが語ったことのどれほど覚えているでしょうか？その日のツアーが終了したときに、ガイドはいったい何を私に伝えたかったのか？あなたはそれを感じることができましたか？

今、国内の様々な地域において、お客様を地元の方が案内する、あるいは専門のガイドが案内するというガイドツアープログラムがたくさん生まれています。これは地域の魅力をガイドの目や体験を通じてそこを訪れる旅人が簡単に知ることができる、ちょっとした好奇心を刺激するアクティビティーです。環境に配慮した、またゆっくりと地域を味わってみるというニーズからも今“歩く旅”は旅の新しい楽しみ方というだけではなく、地域を元氣にする新しい地域振興のツールとしても注目されています。

全国各地でフットパスやオルレといったプログラムを通じて歩く旅の人気は拡大しています。おそらく、今後は国内だけにとどまらず、

第1章 ガイドって何？

海外からの観光客にとっても地域をよく知り、体験できる魅力的な観光プログラムとして注目されてくるでしょう。

そこで、今回のガイド育成教材「歩く旅をガイドするということ～エンジニアリングとしての接遇要件～」においては、それぞれの地域の抱えている自然、歴史、文化といったガイドツアーのコンテンツに入る前に、いったいどういうツアーが参加者にわかりやすく、楽しめるものであるか、またそのためにはどういった技術がガイドに要求されているのか、さらにあなたのガイドするツアーがより印象に残るツアーとして人気を集め、リピーターの確保につなげていけるのかなど、ガイドとして必要とされる様々な技術についてもう一度確認し、整理し、学び直すことを目的に編集されています。

これからガイドをはじめる方の導入教材としても、また既にガイドとしてキャリアを積んでいる方にとっては、ご自分のガイドの仕方について振り返り、さらなる技術の向上を目指すためにもご活用いただければと願っています。



01 ガイドってなに？

一口にガイドと言っても、旅の案内人として色々なかかわり方があります。道案内から博物館や美術館の展示の案内人、町の名所旧跡など観光地を楽しむお手伝いをするボランティアガイド、添乗員やバスガイドなどのような行程管理を主な業務としているもの、また、最近ではインターPRIターと呼ばれるツアー全体を演出し、参加者に驚きや感動を与えることまでを目指す自然ガイドもいます。また、エコツアーのガイドという意味でエコガイドと呼ばれることもあります。エコガイドには、ツアー参加者が地域の自然や文化などに興味を持ち、最終的には環境保護活動へつながるようなきっかけ作りの役割も期待されています。

本書で扱う”ガイド“はこのインターPRIターとしての役割を果たし、さらに地域の代弁者として地域とお客様をつなぐコネクターの役割までも担った存在を言います。地域の自然や文化、歴史といった地域らしさを、様々な体験プログラムを通じて、ツアー参加者に正しく、わかりやすく、楽しく伝えることが求められます。

そこには、地域の本来もつ魅力を発見する力、体験を通じて参加者に自ら気づきを起こすことを促す教育的な要素、さらにはおもしろかった、感動したと感じさせるエンタテインメント的要素なども必要です。参加者のニーズに応え、いかに満足度を高めるか、さらに自然の中での活動で発生しうる危険を回避し、いかに安全にツアーを催行することができるのかもガイドとして考えなくてはならない大事な要素です。

目に見える事象の説明をする従来型観光の案内人から、目に見える事象の裏にある地域独特の自然の営みとそこに暮らす人々の生活との密接なかかわり、そして共存しながらそれを守っていくことの大切さなどについても、インターPRIテーションを通じてツアー参加者が自ら気づくことができるガイドを目指すには、様々な伝える技術が求められています。

02 ツアー参加者の満足度をあげるために

お金を払ってツアーに参加する人達を引率し、一定の時間を過ごすわけですからツアー参加者が気持ちよくツアーを楽しめることは最低限必要なことです。そのためには、観光業界に求められている“おもてなしの心”も大事な要素です。

しかし、この“おもてなしの心”はいったいどうやったらツアー参加者に伝わるのでしょうか？「気持ちだけはあるんだけどなあ」と言っていても、ツアー参加者にその思いが伝わらなければ“ない”的と一緒です。

この思いを伝えるためには、ツアーを綿密に設計し演出する必要があります。演劇で役者がその役を演じていても見ている観客はまるでその人が本物の登場人物のように見えて、感情移入します。そしてドラマの進行と共に登場人物と一緒に悲しんだり、喜んだり、感動したりします。

簡単に言うと、ツアー参加者はまさにこのドラマの観客です。どうやったらこの観客を感動させることができるのか、それを演出するのがガイドというわけです。

【1】ガイドは一人で何役？

演劇には必ずテーマ（主題）があります。そしてそのテーマを伝えるために起承転結のストーリーがあり、様々な展開の中で観客は驚きや感動を経験します。

このための企画をするプロデューサー、筋書き（プロット）を作る脚本家、その脚本をもとに演じる役者、また役者の演技を引き立たせる演出を考える演出家、さらにはこの興業がしっかり利益を得るようなしきみを考える経営者としての役割など、実際のツアーが成功するためにはガイドは様々な役割を演じなくてはなりません。

実際、ツアー参加者に満足していただき対価をしっかりと払っていただくことで、地域に利益を生むしきみを構築することができ、持続可能なビジネスとしてのガイドツアーが成立します。

【2】ガイドの役割

ガイドツアーのガイドは、博物館や美術館における展示作品の有料音声ガイドの代わりではありません。地域で生きて活動し考える存在であることが、ガイドの出発点であり、ガイドは地域の生活文化の代表です。そのような存在であるからこそ可能になるガイドの使命（ミッション）があります。

それは、有形情報の発見と、無形情報の掘り起こし、地域へのフィードバック、そこに住んでいる人とのつながり、信頼づくり、ツアーの参加者の気持ちを変え、参加者が自分の地域を見る目を変えることです。

（阿蘇エコツーリズム人材養成事業 第3回講座 トレイルバックス 仲間浩一氏の講演より）

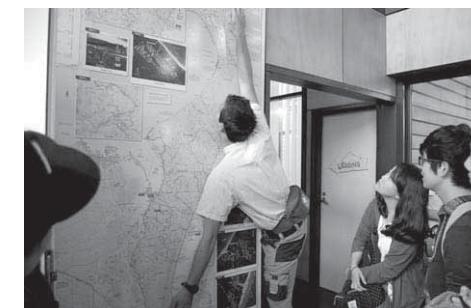
つまりは、ガイドは普段の生活の中で当たり前になって気が付かなかつた地域の宝をもう一度掘り起こし、その価値を再発見すること。

そしてその価値を、地域を訪れる人にも地域住民にも伝え、一緒に守っていくきっかけを作ります。

外から人が入ることで生じる様々な障害を回避、軽減するために、ガイドは地域の代弁者となって地域に住んでいる人にとって心地よくないこと、また大事にしたいことを訪問者に伝え、ツアー中の行動についても管理します。

同じルートを何度も歩くことで、自然環境の微妙な変化をモニタリングする役目もあります。これによって、ツアーが与える負荷を軽減したり、ツアーの安全性を確保したりするために、早めの処置を取ることもできるわけです。

目に見える事象を説明するだけでなく、ガイドがそこで暮らしてきた人生の様々な経験を、短時間でツアー参加者と共有することは、参加者にとってはガイドの人生を追体験できる貴重な機会となります。その時間の中で、地域の素晴らしさを伝え、それを守っていくために自分も何かしなければと考えさせたり、あるいは自分の住んでいる地域をもう一度見直してみようと感じさせることができたとしたら、ガイドとしてのミッションを達成したことになるでしょう。あなたが発した一言が、ツアー参加者の人生を変えるきっかけになるかもしれないのです。



第 2 章
時間軸からみるガイドの諸要件

02



一つのツアーを企画し、そのツアーを催行するまでには多くの作業が必要です。その一つ一つの行程に、ツアーの質の向上には欠かせないガイドとして技術的な接遇要件があるのです。

この章では具体的にツアーの計画段階から時系列でガイドがチェックしなければならないポイントを整理してご紹介します。

01 プログラムづくりの手順

プログラムの企画から実施までの流れはだいたい以下のような手順で行われます。

- (1) 素材を見つける（地域の宝探し）
- (2) プログラムのテーマを設定する
- (3) シナリオを作成する
- (4) 素材を活かすための調査（フィールド調査、文献調査）
- (5) プログラムのコース決定、実施計画作成
- (6) 実施のための準備：ツアー募集 / 申込の受付
　　装備や資料の準備 / リハーサル
- (7) プログラムの実施：集合 / 自己紹介・ツアー説明・
　　装備チェック等 / ツアー開始 / ツアー中
　　ツアーフォローアップ
- (8) プログラムの評価
- (9) 次回へのPR：アンケート / フォロー / 振り返り / クレーム対応

【1】素材を見つける（地域の宝探し）

あなたのフィールドとしている場所で何がツアープログラムに活用できるかを考える際に“地域らしさ”を考えることは重要です。

あなたのフィールドで「宝探し」をしてみましょう。それは、自然の景観だけでなく、動植物、人々の暮らし、季節の行事や地域ならではの食文化、また地域にまつわる歴史や伝説など様々な視点からあなたがここを訪れる人に必ず見せたい、紹介したい、体験してもらいたいことを探します。

あなたにとっては日常のことでも珍しくもないと思っているものの中に、外から訪れる人が驚くほどの宝が隠されている場合もあります。したがって参加者の視点であなたのフィールドの素材と一緒に見つけてくれる人のアドバイスも重要です。

さらにそれらの素材がどの季節のどのタイミングで一番印象強く見せること、体験してもらうことができるかも事前に調査しておきます。

これらが、ツアーを作る際のプログラムのコンテンツとなります。

【2】プログラムのテーマを設定する

様々な素材が集まってきたら、プログラムのテーマを設定します。これは、このツアーの目的です。そしてそこにあなたが今日のツアーで一番伝えたいメッセージをこめます。これが実は一番大事な部分です。このメッセージがなければあなたのツアー自体が、景勝地をただ順番に訪れるありふれた観光ツアーになってしまいます。何を伝えたいのか、何を感じてもらいたいのか、これをしっかりと設定しましょう。

ただし、テーマにこめるメッセージは1つに限定します。またテーマは短く、簡潔な一文で表現します。今日のツアープログラムを実

施する目的が明確であるほどツアー参加者はあなたのインター^リテーションから必要な情報を受け止めやすくなるはずです。（次章の「見せる技術」テーマ、メッセージ、ハイライトの項参照）

【3】シナリオを作成する

テーマが決定したら、次はシナリオ作りです。テーマに沿ってツアーアルバムをストーリーのように組み立てます。その台本にあたるのがシナリオです。そこには、起承転結といった流れも考慮して、どうやったらあなたの伝えたいメッセージを込めることができるか組み立てを考えます。

ここには、ストーリー性がないとツアーアルバムは途中で飽きてしまいます。導入（つかみ）の部分から始まって、ところどころでドラマチックな演出で感動や驚きを提供したり、ツアーアルバムが実際に五感を活用したりして体験するアクティビティを挿入して、わくわく感や楽しさを感じてもらいます。

ガイドからの一方通行の伝達ではなく、相互にコミュニケーションできる機会を入れ込むことも大切です。そしてプログラムの最後には、まとめの時間をとって本当にあなたが伝えたいメッセージがツアーアルバムに伝わったかを確認します。

（具体的な「伝える技術」、「見せ方の技術」については次の章を参照します。）

【4】素材を活かすための調査（フィールド調査、文献調査）

あなたのフィールドにある素材が、地域独特のもので希少性が高ければ素材の商品価値がさらに増してきます。そこにはかなりの専門的な知識も必要になってきます。素材をより魅力的なものにす

るためにも、フィールドや文献を活用した調査を繰り返し、「いつ、どこで、どんな生き物（現象が）、どれくらい、どうしているのか」を継続的に記録し、それを季節のカレンダーとともにひとつの暦に落とし込む作業（フェノロジー調査）を行います。

さらにこの暦に地域の季節の行事や産物なども書き加えるとより素材の幅が広がります。そしてその情報を地図に落とし込む作業も合わせて行います。

これらの情報が、ツアーアルバムのコース設定や季節によってコースを変更する場合に参考になり、地域独特の素材に磨きをかけることができるのです。

また、最近ではインターネットや様々なNPOやNGOなどのネットワークを活用した情報収集の方法もあるので、常にアンテナを張って新しい情報を得ることで素材に磨きをかけることが重要です。

【5】プログラムのコース決定、実施計画作成

同じ素材であってもプログラムを提供するツアーアルバムの年齢、人数、体力、興味などによってもプログラムの内容やコースを変更する必要があります。

事前にそれらの情報がある場合は、それに従って実施計画を作成し、コースを決定します。しかし当日になってみないとわからない場合や、実際に参加者の反応や様子を見てからプログラムの内容やインター^リテーションを変更しなければならない場合もあり、臨機応変に対応できる能力も必要です。

また、季節やその日の天候などによってもコースを変更したり、所要時間を変更したりすることが求められます。ツアーアルバムにとつて今、何が必要か、伝えたいメッセージを伝えるためにはどういう

方法が一番有効か、いかに安全にツアーを催行できるかを常に考えていることが大切です。

エコガイドポイント

ツアーの中で行う様々なアクティビティが環境に与える影響を最小限にしているか配慮しましょう。

ごみの処理を適正に行い、決められた歩道を歩くことはもちろん、樹木の根の上を必要以上に歩いて傷つけたり、小川や湧水などを利用する際、水質に影響を与える行為は避けましょう。食事を採る場所や休憩場所を選ぶ際にも配慮が必要です。

また環境を考えて催行人数が適当か、また環境に対する持続性を推進するために具体的にプログラム内でもツアー参加者に考える機会を提供しましょう。

【6】実施のための事前の準備

<①ツアー募集（価格の設定、販売の方法）>

コースが決定したら、ツアーを商品として市場に出す準備が必要です。この段階では、市場における競争力が必要となってきます。今、市場にどんな商品があるか、どんな価格で販売し、どれだけ集客しているかなど市場の調査も必要です。その上で、価格を設定します。

この際、ガイド料という形でツアーグループの人数に関係なくガイドの入件費をツアー参加者に負担してもらう価格設定の方法と、ツアー価格という形で参加者の数が増えればそれだけ収入も増えるという価格設定の方法があります。

前者の場合、参加人数が増えればツアー参加者一人当たりの料金は下がるために、グループツアーなどの場合はツアー参加者にとっては魅力がありますが、ガイドにとっては集客人数拡大にインセンティブがないことがデイメリットです。

後者の場合は、あまり人数が多くなり過ぎることによるツアーの質の低下を考えて、最大催行人数を決めておく必要があります。

ツアー募集においては、ツアーの定員、最低催行人数、ツアー実施日時、天候による実施の有無、集合場所、集合時間、解散予定期刻と場所なども設定します。

また、どんな媒体を使ってどんな市場に商品情報を流すかも集客のためには重要です。年齢層、家族向きか、個人向きか、グループ向きか、あるいは季節によってもどの媒体が一番効果があるのか検討する必要があります。

一般的には、インターネットのホームページ作成、募集パンフレット作成、新聞やテレビの宣伝利用、地域観光情報（イベント情報）誌の活用、旅行誌やガイドブック、観光協会や地元の宿泊施設からの誘客、会員組織を作る、DMやメルマガ利用、情報誌の発行、口コミなど多岐にわたります。それぞれのメリット・デイメリットを考えて有効な手段を選択しましょう。

<②申込の受付>

実際にツアー募集をする際には、できる限りツアーの詳細情報を提供します。実際にツアーに参加してみて初めてこんなに過酷なルートだったのかと気づいたり、もっとこんなものを準備すればよかったですと後悔したりすることがないように、事前に必要な情報を提供することは重要なことです。

参加される方の年齢、健康状態、健脚度、興味などについても事前にできる限り知っておくと、ツアーの進行がスムーズに行きます。申し込みの受付の際に簡単に記入できるアンケートを用意しておくとよいでしょう。

また、今後のツアー募集に役立てるためにも、どういう方法でツアーやを知って申し込みに至ったかは確認をとっておくこともマーケティングの有効な材料になります。

電話・メールでの応対

ツアー内容に対する問い合わせは、電話やメールで来る場合が多いので、その対応もお客様に対する対応として適切であるかチェックしましょう。敬語の使い方、温かみのある応対など、お客様の立場にたって必要な情報をできるだけわかりやすく簡潔に伝えることが必要です。

また見えない相手の応対においては誤解を受けやすいので、大きな声ではっきりと話をしたり、ポイントをおさえてメールにまとめたりすることも重要です。この段階で既にツアーは始まっているわけですから、この対応で参加を決めるかやめておくか参加者にとっては判断をするポイントともなっていることを認識しておきましょう。

<③装備や資料の準備>

ツアーを安全にしかも快適に過ごしていただくためには、装備には万全を期することを心がけましょう。雨具や雪道を歩くときの装備など天候に大きく左右されるフィールドにおいては、どんなもの

があれば便利か、安全かを常に気を配り、ツアーパートナーに準備してもらうものは募集時にしっかりと告知しておきます。

また、ツアーパートナーがツアー中にあると自然観察や体験プログラムに役立つもの（双眼鏡や虫眼鏡、地図やジオラママップなど）は、装備品に加えておくとよいでしょう。

また、安全管理のためにガイドはファーストエイドキット（応急処置用の救急セット）は必ず常備し、AED 設置場所の確認も必ずしておきましょう。緊急時に連絡が取れる手段の確認も重要です。携帯が通じない場所での連絡手段の確保などを含め、緊急時の連絡網の作成もしておきましょう。

<④リハーサル>

ツアー実施のための準備が整ったら、実施計画に基づいて担当者ならびに現地の関係者と打ち合わせを行います。交通機関や宿泊施設などの利用がある場合や食事を提供する場合などは、人数、受け取り時間や方法、サービスの内容などの確認を書面で必ずするようにし、連絡ミスやトラブルを回避するようにしましょう。もちろんツアー実施直前には電話やメールでの確認も必須です。

また、実際のツアーと同じ条件でリハーサルをすることをおすすめします。実際に歩いてみて、体験してみて初めて気がつくことがあります。ここでは時間配分をどうしたらいいか、サプライズのスポットをどこにもってくるか、またプログラムのハイライトはどこで何を見せるか（体験させるか）など、全体の流れを確認しておきます。

またどこの場所で何時くらいに休憩を取るか、昼食を食べさせるか、また写真を撮る場所ならどこがいいか、予想外に時間がかかる

た場合にどこで時間調整をするかなど、実際のツアーのシミュレーションをしてみることは重要です。

ツアーの参加者の中に高齢者や身障者などがいる場合は、コースを一部変更したり、「サブガイド」を置いて2グループに分かれたりすることが必要な場合もありますので、ツアー参加者の状況に応じていくつかのパターンでツアーの中身を変更することも視野に入れて準備しておきます。だいたいリハーサルでかかる時間の2割増しの時間がかかることを見越してツアーはゆったりと行程を考えておくことが必要です。

サブガイド（サポートガイド）の役割

1. チーフの手となり足となる。

ガイド時に持参ないし使用する様々な道具や解説資料など、チーフ一人で持ち運んだり、使ったりするのは困難です。チーフが何をしようとしているか気を配り、分担して道具を持ち運んだり、手伝いをしたりするのは大切な役目です。

例)

- ・救急用品や予備の装備などを分担して持ち運ぶ。
- ・説明用の資料やファイルを、お客様に見えやすいように持つ。

2. チーフの目となり耳となる。

学校団体など参加人数が多い時は、お客様のつぶやきや様子などをチーフ一人で把握するのは難しいことがあります。お客様の様子をよく見ておいて、何か質問がありそうだ、とか、少し具合が悪いみたい、ということに気づいたら、全体の進行に配慮しつつチーフに伝えたり、自分で対応したりしましょう。

例)

- ・お客様の質問が小声でチーフに聞こえていなかったら、繰り返してあげる。
- ・疲れた、喉が渇いた、怪我をしたお客様がいないか目を配る。
- ・楽しめていないお客様や活動内容がわかつていないお客様に声をかける。

3. ガイド同士の心を一つに。

「少しテキパキといこう」や「ここはゆっくり」などの時間管理に関する事。「小さい子に特に目をかけておこう」といったお客様のケアのこと。「リンドウが咲いてるよ。踏まないように注意して。」などの自然の見どころに関する事。これらを、ガイド間で伝えあって、心を一つにして環境学習に取り組みましょう。

例)

- ・チーフからの指示を他のガイドにソッと伝えに動く。
- ・サポートガイドが気付いた生きものや注意事項をチーフに耳打ちしにいく。

4. よき参加者となる。

特に子どもたちは、ガイド自身や周りの大人が、どのような態度で体験プログラムに参加しているかに敏感に反応し、それをお手本にして振る舞いがちです。サポートガイド自らがチーフの話に集中していることや、進行に協力的であることが大切です。

例)

- ・ニコニコしながら、チーフの話をよく聞いている。
- ・生きものの観察や各種体験など、興味を持って楽しんでいる。
(志賀壮史・阿蘇くじゅう観光圏フィールドワーク in くじゅう資料より)

【7】プログラムの実施

<①集合>

a. 時間厳守

時間厳守は何よりも大事なことです。集合時間の少なくとも30分くらい前までは集合場所に行き、状況を把握した上で、その日のツアーのプログラムの流れを確認しましょう。気持ちのいいツアーのスタートがきれるように念入りに準備することが第一歩です。

b. サイン

集合場所がわかりにくい場合は、参加者がすぐにガイドを見つけることができるようなサインボードや目印になるものを設置することも必要です。当日、参加受付や参加費の授受が必要な場合は、手続きができる簡単な机や必要な文房具、釣銭などの用意も必要かもしれません。

c. 連絡手段

当日の突然のキャンセル、追加参加、あるいは天候による状況の変化でルート変更など様々な変化に臨機応変に対応することも必要となりますので確実に連絡が取れる機器の準備も必要です。

d. 服装と身だしなみ

ガイドの服装もプロとしての心掛けとして大事な要素です。ツアーの内容に適した服装を心がけましょう。(ウェア、靴、ゲートル(スパッツ)、雨具、その他必要な小物類など) 初めて会うツアー参加者にとっては、ガイドの身だしなみで信頼感、親近感、安心感などを抱くものです。清潔でかつ手入れが行き届いた服装であること、靴や持ち物、髪型、爪、男性ならば髭などの身だしなみもチェックしましょう。初めて会う人が多いツアーでは、参加者からガイドの名前がすぐにわかる名札も必要です。

ガイドにとっては仕事モードに入るための衣装でもあるわけですから、オンオフの切り替えのために制服がない場合でも、機能的で、ガイド中に使う小道具などが持てるポケットが多く、寒さや暑さ、雨などの気候変化に対応しやすい服装を準備しておきましょう。もちろんガイド内容やフィールドに合ったコスチュームなど個性を表現することもツアーのワクワク感を演出する上では重要です。



e. 挨拶

集合時にツアー参加者にする挨拶でガイドの第一印象が決まります。明るく、フレンドリーでしかも参加者を歓迎する態度で挨拶しましょう。挨拶に一言加えるとより温かみが出て親近感が増します。全員がそろうまでのこの待ち時間でその日のグループの雰囲気を作りあげることが可能です。参加者と親しくなり、初対面同士のツアー参加者の気持ちが少しでもほぐれるような雰囲気を作ることが必要です。ツアー参加者はあくまでお客様ですから言葉遣いにも十分注意しましょう。

敬語が正しく使っているか、また子どもに対する表現は適切であるか、外国人など文化の違いに対応しているかなど、仲間同士でのチェックも必要です。

<②自己紹介・ツアー説明・装備チェック等>

プログラムは時間通りにスタートさせます。遅れてくる人のために時間通りに集まっている人を待たせるとそれは不満の原因になります。遅れて来た人への対応は、サブガイドが対応するなど、別途考えておきましょう。（サブガイドの役割についてはP.18を参照）

時間になったら、全員に対して挨拶を行い、ツアーへの参加に対して感謝の言葉を述べます。そして自己紹介をします。ガイドにとって自己紹介は自分をアピールする最高の舞台です。これから始まるツアーに参加者の興味を引き付け、自分のメッセージを伝えやすくするためにもつかみは肝心です。自分の個性が光るユニークで魅力的な自己紹介ができると、一気に信頼感が増し、ツアーの進行が楽になります。コスチュームや小道具を活用することも一案です。ゆっくり、はつきり発音してしっかりと名前を覚えていただくことも重要です。

その後、グループの緊張をほぐすために参加者の自己紹介を兼ねた簡単な「アイスブレイク」をしたり、準備体操などを持ちます。これはプログラムの内容によっても臨機応変に組み入れます。（アイスブレイクについては、次章のグループマネジメントの項を参照）

そして、その日のツアー内容について説明します。ツアーのテーマが何であるかをきちんと組み込んだ説明を準備しておきます。ここでのポイントは、だらだら話をするのではなくポイントを押さえて完結でわかりやすいことです。あまり長く時間をとっているとせっかくこれからツアーを始めようと期待が盛り上がっている参加者の気持ちが萎えてしまいます。

さらに、ツアー中注意をしなければならない場所や動作の確認、おおよその歩く距離や休憩のタイミング、水分補給の場所、トイレの場所などの事前情報の提供、また装備品のチェックなどを行います。その日の天候によっては足元がかなりぬかるんでいたり、ツアー参加者の装備では歩くのに支障がありそうな場合は、長靴に履きかえていただいたり、ストックを使用していただいたり、状況にあわせて適宜サポートできるような予備の装備品も用意しておくと便利です。

また、プログラム中に使用する装備品（双眼鏡など）などがあれば、その使い方などについても出発前にしっかり説明しておきます。

<③ツアー開始>

ツアー開始にあたっては、これから何が始まるのかツアー参加者がワクワクするような演出が重要です。導入で参加者の興味を引き付けることが出来ればツアーの進行はガイドの思い通りに演出しやすくなります。

プログラムの進行にあたってガイドがいつも頭に置いておかなければならぬことは、ツアーテーマとメッセージ（一番伝えたいこと）、その日の自然状況やそれに伴うフィールドでの見もの状況、参加者の状況、時間配分です。事前につくった実施計画表をもとにその日の状況にあわせて適宜修正していきます。自然界で起こる様々なハプニング（野生動物との遭遇、草花の開花、その他ユニークな自然現象など）に対応し、それぞれの時間配分やガイド内容を変更します。その時、その場所でしか見られないものが見られたり、体験できたりすることはツアーパートナーの満足度を上げるために大変重要です。安全管理も配慮した上で、無理のない範囲で最大限、これらを楽しめる心遣いがガイドとして求められています。

（巻末の実施計画表のサンプルを参照して実際に計画を立ててみましょう。）

<④ツアーチーム>

ツアーチーム中にガイドが注意しなければいけないことは以下のよう�습니다。

a. 社会的、環境的に与える影響を最小限にする努力（エコガイドポイント）

ツアープログラムで訪問する場所に対しての負荷を最小限にする努力をします。ツアーチームが入ることによって、一部の人だけが利益を得たりして地域の社会構造が変わってしまったり、地域内でトラブルの原因になつたりすることがないように配慮します。また、外部から人が入ることによって訪問地域の環境が変わってしまうことがないように、十分配慮します。

ツアーチームで利用するようになってから地域がどんな風に変化しているのかも定期的にチェックをして負荷や影響を最小限にするように努力します。

b. コミュニケーション、プレゼンテーション、インターブリテーションの技術

ツアーチームの中で伝えたいメッセージをテーマに沿って起承転結の流れを意識しながら展開していきます。ストーリーがある方が興味を持続させ、メッセージを伝えやすくなります。

“楽しく伝える”ことを念頭に、効果的な手法を用いて伝えることが大事です。（具体的な「伝える手法」については次の章参照）自然の中に入つては、特に五感をフルに活用させ、体験をベースにした方法が参加者の印象に残ります。また、具体的な説明をする際には、ひとつの場所での参加者の集中できる時間はおよそ3分間と考え、長い説明を同じ場所で続けることを避けます。また、何歩いたら止まって説明、また歩いて説明といったワンパターンの構成は飽きてしまいます。全体に緩急のリズムを付けてツアーチームを構成するといいでしよう。

あっと驚くようなサプライズの演出はツアーチームにメリハリをつけるのに効果があります。また、自分の体験談やツアーパートナーが既に知っている事柄を例として比較することでより事象についての理解が深まります。

また、説明をするタイミングや立ち位置に関しても、配慮が必要です。太陽に向かってツアーパートナーを立たせても景色は見えません。ガイドが視界をブロックしたり、説明している内容を身体をひねつたりしなければ見えない位置での説明も適当ではありません。ガイドの話を聞きながら、無理なく説明している内容が見えるスポットを事前に調べておくことも重要です。

その他、ツアーパートナーの年齢、性別、興味のある事項など事前の調査に基づいて、一番適切な方法を選んでメッセージを伝えるように工夫します。ガイドが一方的に話をするのではなく、ときおり

質問を投げかけたり、感想を聞いたり、参加者同士で話し合いをさせたりして、双方向でコミュニケーションをとりながら、ツアーを進めることが重要です。

ツアーはあくまでガイドと参加者が一緒に作り上げていくものです。ガイドが語る内容も参加者の興味にあわせて臨機応変に変更しながら、ツアー参加者の興味を引き出し、伝えたいメッセージを確実に伝えることが大切です。ちょっとした好奇心を満足させる学びの機会を提供することは重要ですが、知っている知識をすべて披露することがいいガイドではないことは覚えておきましょう。

c. グループマネジメント

グループを一定期間管理する上で、ガイドは効果的なリーダーシップを発揮する必要があります。参加者全員がグループに溶け込んでいるか、またグループの前と後でガイドの案内に差が出ているか、参加者一人一人の要求に対してうまく対処しているかなど、参加者が心地よく過ごせるために常に注意を向けている必要があります。

グループ内で潜在的な利害の対立などが生じる場合があります。ガイドは参加者を差別することなく、全員に平等に接し、チームワークをうまく形成できるよう配慮が必要です。

体力、興味に差がある場合、なかなかグループの統率が難しくなります。いつも時間に遅れる人がいて、他の参加者は待たされるばかりだったり、いつも先頭のガイドを独占してしまって、ガイドの話が列の後ろまで届かなかったりすると、他の参加者は置いてけぼり状態になって一気にツアーへの興味を失います。適正な人数を事前に調整したり、どうしても列が長くなったり狭い場所で説明

をしなければならない時には、ある程度のスペースがある場所で説明をして、次のスポットまでは止まらずに歩くとか、サブガイドに後半の参加者を任せるなど、時間管理とともに、人の管理にも心を配りましょう。

d. 文化の違いについての理解や対応

地域性や国柄などによって文化の違いがあることを理解しましょう。ボディーランゲージひとつでも知らずに不愉快な気分にされることもあります。

また、ツアー中に食事や宿泊を伴う場合においては生活習慣の違いから余計な不安を参加者に与える場合もあります。事前に文化の違いについても理解し、そのためにできる限りの対応策を準備しておきましょう。

外国人に対応する時の留意点

外国人を案内する場合に必要なことは、日本の文化やライフスタイルを体験していただくことも含めてツアーを楽しんでいただくということです。そのために不快感が生じないように便宜を図るといった程度のアプローチで十分です。すべてを自国と同じように変える必要はありませんし、それではわざわざ日本に来て日本を体験する意味もなくなります。

e. コメンタリー（解説や説明のコンテンツに関して）

ツアー内で伝える内容については、常に情報をアップデートし、最新の情報を正しく伝えるようにします。そのため、関係機関との連携を密にして新しい情報を共有できるよう日頃から心がけま

しょう。所属団体や自治体、観光協会などが主催するコンテンツの勉強会や定期的なガイド研修には積極的に参加するようになります。仲間のガイドするツアーに参加したり、お互いに批評し合ったりするのも技術の向上のためには有効です。

伝える内容の組み立てに関しては、テーマに対して十分なりサークルがされていること、また論理的な順序で紹介されていること、適切な語彙を使った説明であることなど、ツアー参加者がわかりやすくまた興味を引く形で提供するように工夫します。

f. 安全管理とリスク管理

ツアーが安全に催行されることは何よりも大事なことです。そのためにリスク管理が必要です。ツアーの実施にあたって起こりうるリスクを事前に回避する方策をたてると共に、起こってしまった事故などに対処するための具体的な手順と方法を身につけて実施出来るように準備することです。

◆リスクの対象

リスクの対象となるものはツアー参加者、ガイドや従業員、フィールドならびにツアー中に関係する財物の破損や盗難などが考えられます。

◆リスクの原因となるもの

①自然環境の危険

大雨、吹雪や強風、落雷といった気象関係のもの、地震、津波、雪崩などの突発的な災害、落石や急斜面、土砂崩れなどの地形の変化、危険な動植物や、洪水、潮流など水に関する災害など。

②身体的な危険

病気や怪我

③社会性のある人為的な危険

人間関係のトラブルや交通事故、道具の扱い方の失敗による怪我、ツアースタッフの意識の低さ、知識や技術不足などから起きる危険など。

◆リスクへの対応

これらのリスクへの対応としては、日頃から安全対策についてしっかりと話し合いを行い、万が一に備えたシミュレーションをしておくこと、また起きました場合の補償を考え保険への加入をしておくことです。最近ではエコツアー専門の安価で購入できる保険も出ているので傷害保険、損害保険など補償額や賠償額などについて事前に十分検討して万が一に備えておくことが大切です。

突発的な事故に対しては、冷静に対応できる知識と技術を身につけておくことが必要です。特に救急法講習会を受講したり、AEDの設置場所を確認したり、使用法をマスターしておくことも重要です。万が一に備えていつでも躊躇なく対応ができるよう、仲間同士で復習するなど定期的な訓練も必要です。

その他、緊急連絡網の作成、最寄りの医療機関や警察、消防などの連絡先を確認するとともに、地域との連携を日頃から取つておくこともいざという時に速やかに救助活動ができる体制を作る助けとなります。

ガイドにとっては、いつ、どこで何が起きるかわからないだけに常に緊張感をもってツアーに出ることが必要ですが、誰でもひやりとし

たりはっとしたりすることはあるものです。ガイド仲間でそういう経験を共有することも経験から学ぶことができるので有効な手段です。

また参加者に対してもツアーに参加するにあたっては、十分なリスクと安全管理についての情報提供をしておくことが必要です。添付のリスクマネジメントチェックリストを活用してリスクに対しての備えをしておきましょう。

g. 時間管理

◆時間の過不足が生じた際の対処術

ツアーは決められた時間に始まり、決められた時間にきちんと終わるのが鉄則です。これはツアー参加者への信頼を得るためにも重要ですし、ツアー後の交通機関などへの接続など、次の予定にも影響がありますので時間厳守に努めましょう。

ただし、自然の条件やフィールドのコンディション、あるいは予期せぬ動植物の発見などから思わぬ時間がかかってしまったり、また参加者の体調の変化や不慮の事故などによってツアーが時間通り進行されなかつたりする場合もありますので、その際の対処術も心得ておくことが必要です。

◆ツアー中に10分程度の自由行動の時間をとる

プログラムを設定する際に、何か所かで自由時間を設定しおきます。これは常に団体行動をしているツアー参加者が一人になって自分のペースで自然を感じる時間を作ることにもなり、ツアーでの体験をより印象深く心に刻むことができます。また、この時間があることでスケジュールに遅れが出た場合の時間調整も可能となります。ツアーの構成の際に余裕をもって組み立てておくことも重要です。

◆コースの中にショートカット出来る箇所を考えておく

コースの設定をする際に、距離や内容を考えて時間がなくなった場合にカットできる箇所を考えておきます。天候の変化や参加者の興味や体調、また時間調整の意味でもプラン2、プラン3とオプションを作つておくと臨機応変に対応がしやすくなります。

同じように時間に余裕がある場合は、自由時間を取りたり、休憩時間を長めにしたり、何もしない時間を楽しんでいただいたらしくことでツアーにメリハリをつけることも可能です。

<⑤ツアー終了>

ツアー終了にあたっては次のようなことを確認しましょう。

a. 時間通りに終了

ツアーが時間通りに終了したでしょうか？　ツアーが時間通りに進行していくことは重要で、終了時間に関しては特に時間厳守を心がけましょう。

b. 効果的な結論

ツアーの最初に提示したツアーのテーマについては効果的な結論に結びつけることができたでしょうか？

また、ツアー参加者に伝えたいあなたのメッセージは伝わったか、質問や感想を聞く形で確認しましょう。

c. 参加者への感謝

このツアーを選んで参加していただいたことへの感謝を伝えましょう。参加者が満足していただくことが次の参加者募集の一番のPRとなることを忘れずに。口コミに勝るプロモーションはありません。

【8】プログラムの評価

<①アンケート>

ツアー終了後に実施したプログラムがどうだったか、客観的な評価をもらい、それをもとにプログラムを改善していくことが大切です。そのためにも参加者から必ずアンケートをとるようにします。ここではツアー参加者の満足度がはっきりわかるように、プログラムの構成に関して、時間配分や食事の内容、ガイド内容、費用が適当だったか、マーケティングは十分だったか、スタッフの対応や安全管理などについてチェック項目を作り選択してもらったり、自由回答で感想や今後のツアー企画の参考になるようなコメントを書いてもらったりするスペースを作ります。

また、商品販売のための材料となるような顧客の属性についても情報を集めておくと今後のテーマ設定、コース設定、広報活動などに有効に活用できます。

<②フォロー>

ツアー中に受けた質問など参加者からの宿題については必ずフォローするようにします。即答できなかつたことなどは、後日きちんと調べて丁寧に回答することでガイドの信頼度も増します。

<③振り返り>

ガイドが自分自身で客観的に振り返りの時間を持つことも大切です。ツアーの事前、ツアー中、ツアー後に関して振り返る際に使えるチェックリストを作っておくと便利です。

また、うまくいったことだけでなく、うまくいかなかつたこと（時間管理やグループマネジメントなど）、その原因や対処法について

は、同じコースやプログラムを担当する仲間のガイドたちともシェアすることで、ガイドの質の向上にもつながります。情報を定期的に共有できるような反省会を持ったり、フォーマットを決めて報告書の形で残しておいたりすると読み返すことができて便利です。特に、ヒヤリハットの体験については、大変参考になりますので必ず記録を残すようにしましょう。

（巻末の「振る舞いチェックリスト」を活用して今日のツアーの振り返りをしてみましょう。）

<④クレーム対応>

どんなに最善を尽くしていてもツアー参加者の期待に添えなかつたり、クレームの対象になるような結果を招いてしまつたりすることあります。そんな場合に備えてガイドがどう対応しなければならないかを事前に整理しておきましょう。

不安・不満・疑問など様々な感情を抱いている参加者のクレーム対応で大事なことは、言いわけをするのではなく困っている状況を真摯に受け止め、その解決のために何かしたいという気持ちを伝えることです。誠意が感じられる対応を示すことで納得していただけます。そしてこのガイドに相談してよかつたと思ってもらうためにも問題解決は迅速にします。自分一人の判断で処理できない場合も上司や担当者に連絡を取って問題解決のために誠意を尽くしている状況を伝え、不安を与えないようにします。

【9】次回へのPR

一度ツアーに参加していただいた方の情報は、次回につながる貴重なマーケティングの材料となります。個人情報に関わるものも

多いので、情報の取り扱いにはくれぐれも気をつけましょう。

事前に参加者に承諾をいただいた上で、次回以降のツアーの情報などを告知できるようにリストを整理しておきます。情報の発信の仕方は色々ありますので、マーケットの規模や対象としているマーケットなどによって効果的な方法を選択します。

一般的には、顧客リストを作りメーリングリストやダイレクトメールなどの方法で情報を流す方法、ウェブサイトなどを作成してそちらを見ていただくように誘導する方法、あるいはツアーの申し込みと一緒に会員登録をしていただき、会報などを発行して情報を提供する方法、さらにクラブ組織のようにイベントなどの開催を定期的に行いながら、ファンを集める方法、さらに参加者のお友達などを誘っていただくと格安料金で参加できるなど特典をつけて集客する方法など様々な方法があります。

商品としてツアーにお金を払って来ていただくには、ツアーの内容、ガイドの技術が優れていることはもちろんですが、集客のためのPRやマーケティング方法についても戦略的に考えて予算をつけて考えることが必要です。



第3章 ガイドに求められる様々な技術

03



この章では、ガイドに求められる様々な技術について、4つのカテゴリーに分類して整理しています。ツアー実施中のみならず、事前の準備、事後のフォローアップ、あるいは常日頃から技術の向上のために意識すべき要素もあります。より具体的に記載することで、必要とされている要素を認識し（あるいは再確認し）、ガイドィングに活用することを目的としています。前章までの記述と重複する部分もありますが、この章では必要とされる技術の視点で再掲も含めまとめてあります。

01 センス（心構えに関する部分）

【1】個性を活かす

ガイドそのものが商品となるために、ガイドがそれぞれの個性を活かしながら独自のガイドスタイルを作り上げていけばいいのです。性格の違い、好みの違い、得意分野の違いなどもガイドの特性となります。この上にガイド技術と案内対象に関する知識を積み上げ、これに経験を加えることによってガイドの質の向上を目指します。日頃から好奇心を持って、どうしたら自分の伝えたいメッセージが伝わるのかを考えること、同じ素材で他のガイドがどんなツアーを実施しているのか他人から学ぶこと、さらには自分のガイドを知人、友人、仲間などに見てもらって評価してもらい、少しずつやり方を変えてみたり、新しい手法を取り入れたりしてみるとことなど、実際に試行錯誤を繰り返すことでガイド術は向上します。

【2】服装

ガイドの服装は、これから始まるドラマの大変な導入部分にあた

ります。最初に会ったときに与える印象で、ガイドへの信頼感、ツアーへの期待感を左右します。コスチュームでツアー参加者の興味をひきつけたり、その日のツアーのテーマを象徴的に表現したりすることも可能です。身だしなみはまたガイドの人柄だけでなく、プロとしての意識の象徴でもあります。清潔感のある機能的な服装で仕事にあたりましょう。

【3】態度

＜①親しみやすさ・挨拶＞

ガイドが偉そうにせずにツアー参加者に率先して話かけることでツアーの雰囲気が変わります。ただし、プロのガイドとしての誇りを持ち言葉遣いには気をつけ丁寧な態度で接しましょう。親しみやすさが馴れ馴れしさにならないよう、適度な距離感を持っていることと、参加者に公平な態度で接することを心がけましょう。挨拶の際はただ一言“おはようございます”“こんにちは”というだけでなく一言“お天気でよかったです”とか“楽しんで行ってください”などと付け加えるとより親しみがわきます。

また、今後は訪日観光客の増加に伴い、外国人の観光客を案内する場合もあるでしょう。通訳が同行するのが一般的ですが、それでも事前にどこからのお客様であるのか調べておき、簡単な挨拶程度はその国の言葉でできると一氣にお客様との距離が縮まるでしょう。

＜②笑顔＞

笑顔は万国共通の言語です。笑顔で参加者の緊張がほぐれてほつとしたり、疲れが解消されたりします。口角を上げて話をする

ように心がけると笑顔で話しているように見えるので柔らかい表情を演出できます。また笑顔で話しをした方が声が明るく柔らかくなるため好感度が増すはずです。

<③ ユーモア>

ギャグやダジャレで笑いをとるということではなく、ウィットにとんだ話し方ができる人は、参加者の注意をひきつけることができ、それだけで魅力的に映るはずです。ただし、知的なセンスが伴う高度なテクニックですから、誰もがすぐにできることではありません。

ユーモアを使うタイミングや場所は注意深く選ぶ必要があり、ユーモアを受け止めることができる寛容な空気の時のみ効果があります。これをはずすと奇をてらったように見えて逆効果になる場合もありますので無理に使う必要はありません。

特に注意が必要なのは、ジョークのネタに慣習、宗教、性別、異文化グループなどに関することは絶対に避けるべきです。ユーモアを使っての効果は伝えたいメッセージを明確にしたり浮き彫りにしたりすることでいたずらに笑いものにすることではありません。

<④ 目線（アイコンタクト）>

ガイドは参加者の目を見て話しさることで、相手が納得しているかそうでないか反応を見ることができます。ただし、じっと視線をそらさずに見詰めていることで逆に威圧感を感じたり、落ち着かない場合もあったりするのでアイコンタクトが取れリアクションが確認できたら、視線を下に外します。

大勢の参加者がいる場合には、まんべんなく見渡すように、また列の一番後ろの人を見て話すようにするなど、参加者全員に気持

ちが届いているか確認を取る意味でもアイコンタクトは必要です。

子どもや車椅子に座った参加者と一对一で話をする場合は、ガイドが座って目線を合わせることで安心感や共感を得ることができます。

<⑤ 姿勢>

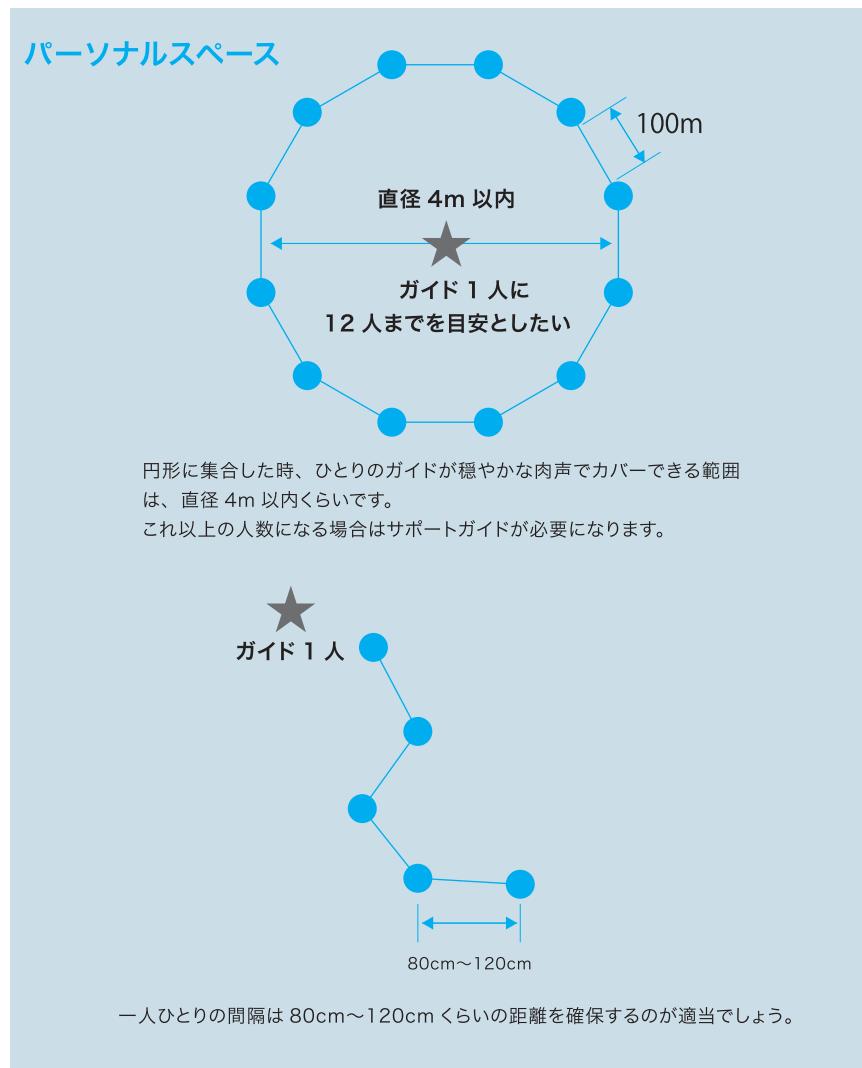
姿勢は第一印象を左右します。美しい姿勢は「やる気、自信、明るさ、さわやかさ」等、好印象を与えますので、まず基本の立ち姿をマスターしましょう。横から見たときに耳、肩、腰骨の外側、外側のくるぶしの4点が一直線に並ぶようにします。このときに、余分な力は抜き、体は柔らかくしてまっすぐ立ちましょう。壁に背中を付けて立つと、体が曲がっているかどうかすぐに分かります。自分の立ち姿を写真に撮って確認するのもよいでしょう。おなかやお尻を突き出していましたか？ 骨盤を前後に傾げず、まっすぐ保ちましょう。背筋を伸ばして両足に体重が均等にかかるようにしっかりと立ち、必要以上に動きまわったり、ばたばた手を動かしたりしないことです。ガイドの落ち着きのない態度は、参加者にとっても落ち着かず、話の内容に集中できなくなってしまいます。

<⑥ パーソナルスペース>

自分と相手の間の空間距離のことです。これは縄張りのことで、他人が侵入してくると不快感や嫌悪感を覚え、防衛本能が働きます。親密度が増せば距離が縮まるわけですが、初対面の場合、身体に触れることができない120cmほどの距離を確保しましょう。

ツアーの進行と共に親しみ度が増してくるとこの距離が少しづつ近づいても不快感がなくなってきます。国や文化の違い、男女差に

とってもパーソナルスペースは違うので、相手が後ずさりするようであれば近すぎる距離だと理解しましょう。空間距離があまりに近すぎると威圧感を感じて、話がしづらくなります。心地のよいコミュニケーションのためにもパーソナルスペースを意識して参加者にとって心地のよい環境を作るように配慮しましょう。



<⑦ホスピタリティ（おもてなしの心）>

ツアー参加者にどうしたら喜んでもらえるかを考えることです。相手が望んでいることを先回りして考えて提供することで、ツアー参加者の満足度は一気に上がります。このためには、常に参加者の様子を観察し、疲れ具合、体調、関心の度合い、寒さや暑さなどの変化に気を配ることが重要です。

<⑧好奇心>

ガイドは何に対しても好奇心を持っていることが大切です。見たいたい、知りたい、体験したいという好奇心があるからこそ、相手の立場になって参加者の知的好奇心を満足させるためにどんなことをしたらいいかを考えることができます。

02 スキル（見せる、伝える、管理する技術に関する部分）

【1】見せる技術

<①景観>

テーマを語る上で生業・生活をなりたたせる風土の理解に欠かせない風景、あるいは語るべき物語のある風景のことで、ツアーラートの中で効果的な場所を選んで解説します。どの場所から見るか、どうやって見るかによってもツアー参加者の受ける印象が違ってきますし、解説内容も変わってくるので何度も下見をした上でどこのスポットからどの時間帯で何を見せ、何を語るかを綿密に計画する必要があります。

また、参加者にとって忘れられない特別な体験となるためには、この景観を〈食べる〉〈会話をする〉などの動作と一緒に体験させ

ると記憶に定着すると言われています。

<②アプローチ・サプライズ>

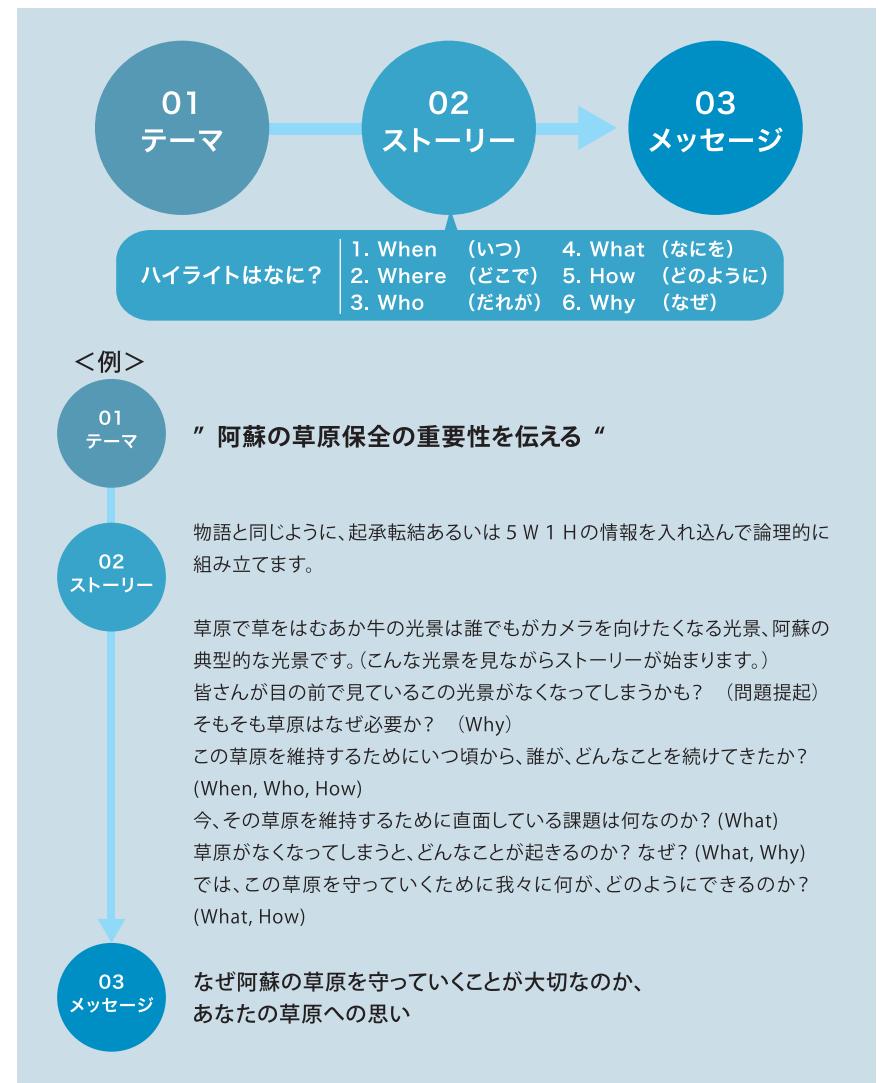
ツアーグループの組み立てでは、緩急をうまく使って飽きさせないことが大切です。そのためにもところどころに”ウォー”と言わせる演出が必要です。

同じルートでも歩き方、ペースの取り方、参加者の注意の向け方などによって感動を演出することができます。たとえば、足元に注意を向けて細い道をしばらく歩いた後にぱっと視界が開けた先が絶景ポイントであったり、また前方に注意を向けて歩き続け、あるポイントで一端立ち止まり、「ちょっと後ろを振り返ってみてください」とガイドが促して見た景色が全く予想もしないものであったり、コースの設定の際にこんなサプライズな演出も考慮しながら組み立てていくことで、ツアーパートナーの心に残る印象的なプログラムを構成することができます。

<③テーマ、メッセージ、ハイライト>

ツアープログラムの中には必ずテーマが必要です。そしてこのプログラムを通じてどんなメッセージを伝えたいのかを考えておきます。ツアーグループの最初にテーマを紹介しておくこと、そしてツアーグループの最後にまとめとしてもう一度テーマに戻ってくることで、参加者が何のためのツアーグループだったのか、伝えたいメッセージは何だったのか考える機会を提供します。ツアーグループの長さや難易度も様々ですが、プログラムのどこにハイライトを持ってくるのか、全体としてどう構成するかはドラマの演出と一緒に、緩急をつけることで興味を持続させることが可能です。

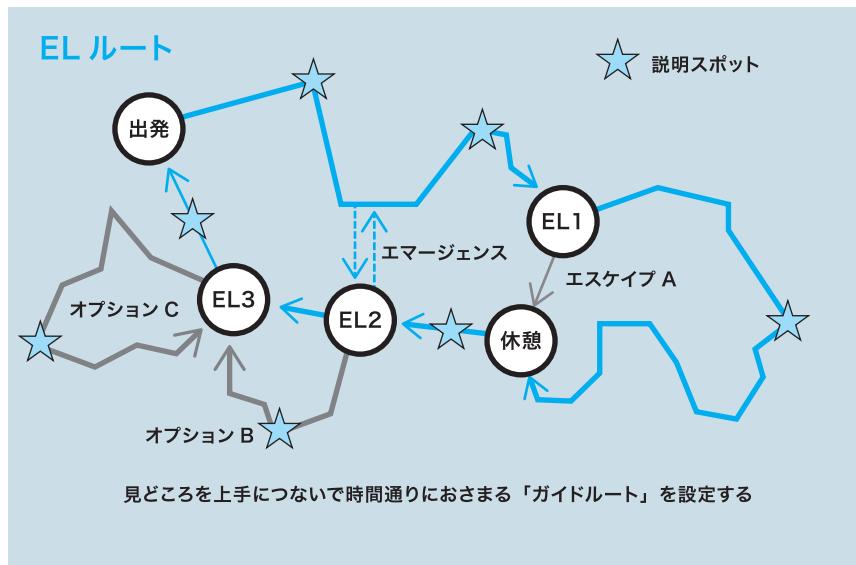
次にどんなことが起きるのかというワクワク感は、人間の脳を快の状態に導き、アドレナリンやドーパミンという脳を活性化させる神経伝達物質が出て、エネルギーがあふれだします。これにより疲れを感じない、またはプラス思考になり、ガイドが伝えたいメッセージが受け手に伝わりやすくなるとも言えます。



<④ガイドルートの設定の留意>

a. EL(エリミネーション / 省略) ルートの設定

ガイドツアーアの時間調整のために通過制限時間を設けた閥門を作り、コースの短縮が簡単にできるようなコース設計にしておきます。いくつかのELポイントを作つておくと、時間不足の度合いによって省略する箇所を増やせば調整することが可能になり、見どころを上手につないで時間通りにおさめることが可能になります。



b. 説明スポットでのガイドの立ち位置

- 太陽を背にしない。→ツアー参加者がまぶしくないように、説明対象の事物に順光の日光が当たる地点を選びます。時刻によっても立ち位置が変わることを計算しておく必要があります。
- ガイドの身体と説明対象が、ツアー参加者から見て90度以内に収まる。→首を動かさずに、ガイドの表情と説明対象が同時に目に入る位置を計算して立ち位置を決めます。

【1】伝える技術（コミュニケーション術）

伝えたいメッセージを伝えるコミュニケーションの方法としては、ことばを使って伝える方法とことば以外で伝える方法があります。

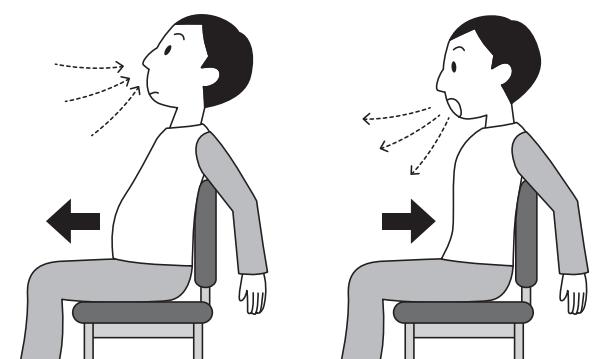
<①ことばで伝える>

a. 発声（呼吸、声の調子、ボイストレーニング）

明るく、聞こえやすい声には呼吸の仕方にも関係があります。腹式呼吸でお腹の中からしっかりと出す声でないと長い時間には声がかされたり、疲れたりします。日頃から腹式呼吸のやり方を学んで、お腹から声を出す練習をしましょう。一番わかりやすいやり方は、仰向けに床に寝てお腹に軽く手をあてて「あ、い、う、え、お」と大きな声で発声します。お腹が膨らんだりへこんだりするようであれば腹式呼吸ができています。ツアーの最後尾の人まで通るはつきりとした大きな声でないと注意喚起も徹底しません。呼吸のコントロールによって気持ちも落ち着きます。十分な空気を吸い込んだ深い呼吸と適切な息継ぎをすることで、長時間でも疲れることなく話ができます。

腹式呼吸を身につけることで大声と小声の両方が簡単に出せるようになるので、抑揚をつけやすくなります。また、声の調子でも印象が変わりますので

前述のように口角を上げて鏡を見ながら話す練習をしてみましょう。



b. 発音（滑舌、語尾の明瞭さ）

ガイドの解説が伝わりやすいかどうかは、発音にも大きな関係があります。特に滑舌で聞き取りやすさが大きく変わります。滑舌が悪いと暗く無愛想な印象を与えてしましますのでガイドのイメージ向上のためにも滑舌の改善をしておきましょう。

◆滑舌は一音一音意識して口をしっかり開けて発音していくことで改善されます。唇や舌の動きを意識しながら50音をゆっくりはっきり発音してみましょう。

同じ音を何回か連続して発声して苦手な音を探します。
まずは5回ずつ次の音を発声してみます。「カ」「サ」「タ」「ナ」「マ」「ラ」「ガ」「ザ」「ダ」「バ」「パ」です。

◆上記になれたら50音の練習です。
あえいうえおあお かけきくけこかこさせしすせそさそ たてちつてとたとなねにぬねのなの はへひふへほはほまめみむめもまも やえいゆえよやよられりるれろらろ わえいうえをわをがげぎぐげごがご ざぜじずぜぞざぞだでぢづてどだど ばべびぶべぼばぼぱぺぴぶぺぼばぼ

◆北原白秋のあめんぼの歌も練習によく使います。
水馬赤いなあいうえお
(あめんぼあかいなあいうえお)

浮藻に小蝦も泳いでる
(うきにもこえびもおよいでる)
柿の木栗の木かきくけこ
(かきのきくりのきかきくけこ)
啄木鳥こつこつ枯れ櫻
(きつつきこつこつかれけやき)
大角豆に酢をかけさしすせそ
(ささげにすをかけさしすせそ)
その魚浅瀬で刺しました
(そのうおあさせでさしました)
立ちましょ喇叭でたちつてと
(たちましょらっぽでたちつてと)
トテトテタッタと飛び立った
(とてとてたったととびたった)
蛞蝓のろのろなにぬねの
(なめくじのろのろなにぬねの)
納戸にぬめってなにねばる
(なんどにぬめってなにねばる)
鳩ポッポほろほろはひふへほ
(はとぼっぽほろほろはひふへほ)
日向のお部屋にや笛を吹く
(ひなたのおへやにやふえをふく)
蝸牛ネジ巻まみむめも
(まいまいねじまきまみむめも)
梅の実落ちても見もしまい

(うめのみおちてもみもしまい)
焼栗ゆで栗やいゆえよ
(やきぐりゆでぐりやいゆえよ)
山田に灯のつくよいの家
(やまだにひのつくよいのいえ)
雷鳥寒かららりるれろ
(らいちょうさむかららりるれろ)
蓮花が咲いたら瑠璃の鳥
(れんげがさいたらるりのとり)
わいわいわっしょいわふうゑを
わいわいわっしょいわふうゑを)
植木屋井戸換へお祭りだ
うえきやいどがえおまつりだ)

◆早口言葉の練習
アナウンサーの滑舌のトレーニングには歌舞伎十八番、外郎壳の口上を使って練習します。下記サイトを御覧ください。
<http://www.youtube.com/watch?v=ly8JOSu21cE>

◆語尾が明瞭であることも聞きやすさのポイントです。話始めは大きな声でだんだん尻っぽみになってしまう人がよくいますが、これは内容が聞き取れないだけでなく自信がない印象を与えます。語尾の最後までしっかり発声することで、きちんとした印象を与えます。

c. 言葉の選び方（適切な語彙、敬語の使い方）

伝わる話し方には言葉の選び方もポイントとなります。その場にあった適切な語彙を選ぶことが大事です。参加者の年齢によっても難しい言葉や専門用語の使用は避けて、なるべくわかりやすい単語や言い回しを使って説明することで参加者に“腑に落ちる”を実感してもらえたなら成功です。また業界用語として仲間うちで使っている言葉でも外から来る人にとっては何かわからないこともありますので、言葉の選び方にも配慮が必要です。

また、敬語の使い方で尊敬語と謙譲語が混乱している場合もありますが、適切に使いこなせることで、参加者の印象は大きく変わります。また参加者はあくまでお金を払って参加されているお客様であることを忘れずに、接客として適当な言葉を選択しましょう。

例：奥さん、旦那さん→奥様、ご主人様
お年寄り→ご年配の方
女人→女性の方

d. 話し方（間、プロミネンス、抑揚、早口）

参加者にガイドの思いを伝えるためには話し方にも工夫が必要です。理解度を高めると共に、何を強調したいのかがわかる話し方があります。

まず、間を取ること。“間は魔なり”とも言って、音が出ないその瞬間に色々な思いを込めることができます。また次に何が続くのか期待感を持って聞き手は集中して聞くことになります。強調したい言葉の前で少しの間を開けることで強調したい言葉が際立つて聞き手に届きます。この2-3秒の間で参加者の反応を見ることができます。

その他、強調するためにその言葉を強く発音する方法（プロミネンスをかける）や、抑揚をつけて声の高低で感情を表現する方法などがあります。

感情が入るとついつい早口になってしまいますが、参加者にしっかりと“伝える”ことを考えるのであれば、早口は禁物。ゆっくり話をするか、たくさんの間を開けて話すことで、早口でもうるさくなく内容に集中して聞くことができます。

e. インタビューの仕方（地域の人を上手に巻き込む方法）

ツアーの中で、地元の方に登場いただいたり、話を聞いたりする場面などがよくあります。この場合は、ガイドが地元の方を主役として引き立て話をうまく聞き出してあげるのが役割となります。これ

により、ツアー参加者に地元の生の声を届けることができ、よりリアルな体験が可能となります。地元で一生懸命畑を耕しておいしい野菜を作っている方からの一言や、酪農業者の一言、地域の自然を大事に守っている現場の方からの一言など地元の方の飾らない生の声は、迫力がありツアー参加者には大きな刺激を与えるものです。地元の方は人前で上手に話すのが苦手だったり、表に出るのを嫌ったりする場合も多いのが常ですが、こういう方々から上手に話を聞きだすことができるのもガイドの技で、日頃から地域とどれほど深く関わっているかによるところが多いです。

ツアーの当日だけでなく、日頃から地元の様々な行事に参加したり、地元の方とのコミュニケーションをとっておくこともツアーの準備として重要な要素と言えるでしょう。

f. マイクや拡声器の使い方

広い範囲でのツアーや人数が多い場合など、マイクや拡声器などを使ってガイドをする場合があります。機材の性能にもよりますが、大きな声で叫ばなくても広い範囲で聞くことができます。ただし、機械を通してるのでマイクに乗りやすい声と乗りにくい声があります。一般的にマイクに乗りやすいのは声になっている声、息が漏れているような発声では息の音を機械が拾ってしまうので、声は不明瞭になります。

機械を通して自分の声がどう聞こえているか、録音などして確認してみるといいでしょう。

マイクの音量や口とマイクとの距離などわずかな調整で聞きやすくなる場合がありますので、事前に試してみることが大切です。音量が高過ぎると音が割れて聞きにくくなる場合もありますので、何回

かテストしてみて丁度いい音量とマイクの位置を探してください。

<②ことば以外で伝える>

a. 表情、姿勢、目線（前章、態度の項参照）

前章で述べたように、ことば以外に表情や姿勢、また目線などによってもガイドの思いが参加者に伝わります。熱いメッセージを伝えることができる反面、ガイドのちょっとした気持ちのゆるみや、体調なども参加者に伝わってしまいますので、ガイドの仕事に入る前には十分に体調を整えて全身全霊で参加者に向き合うように努力することが大切です。伝えたいメッセージが参加者に伝わってこそ本来のガイドの役割を果たすことができるわけです。

b. 身振り（ジェスチャー）、ボディーランゲージ

顔の表情、目の使い方、立ち方、後ろ姿、身のこなしなどによつてより感情を表現することができます。驚きの演出をしたり、大きなものや小さなものを表現したりする時に手や体全体で表現すると実感がわきます。言葉を使わずに親指を一本上にたてて前に突き出せば、OKの意味であることを伝えることが可能です。これは意識してジェスチャーによって感情を伝える方法ですが、無意識のうちにどんな気持ちでいるかわかるボディーランゲージを活用する方法もあります。特にツアーの参加者が今どんな気持ちでいるか参加者の身体をよく見ているとサインを発している場合があります。

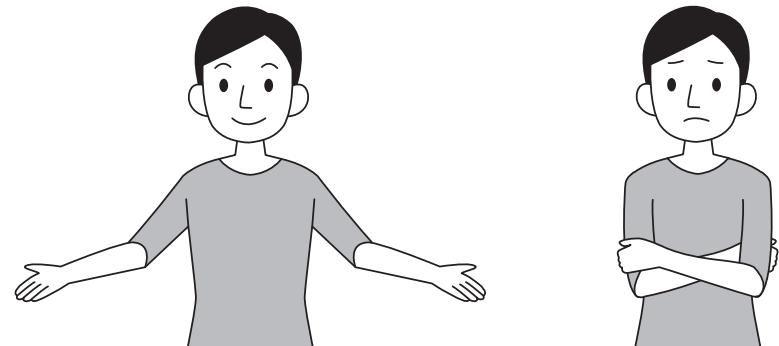
たとえば長い説明にもう飽きてきているなど感じたら、きょろきょろ周辺を見始めたり、腕を体の前で組んでネガティブな感情を表していたりする場合があります。

ボディーランゲージが表す今の参加者の気持ちが快適か不快な

のかを敏感に察知できれば、それに対応する形でツアーレビューを修正することができます。またガイド自信も参加者にポジティブなシグナルを発することができるとミラー効果で相手も快適な気分になります。

明るい笑顔、心のこもった挨拶、アイコンタクト、また少し体を相手側に前傾する姿勢などをして好印象を与えることができます。

◆ボディーランゲージ



c. 距離感

前章でも紹介しましたが、ガイドと参加者との距離感はいつも心がけている必要があります。離れすぎでは伝えたいことが伝わらず、近すぎても参加者にプレッシャーを与えて居心地が悪くなるものです。パーソナルスペースや、案内したい対象物との位置関係、参加者の年齢や興味なども考えて適当な距離感を保つような配慮が必要です。（パーソナルスペースについては、P.41を参照）

d. ポジショニング（前章、立ち位置参照）

ガイドがツアーのルートの途中で説明をする場合は、場所の設定が重要です。物理的に参加者が集まるスペースがあること、他のツアー客の邪魔にならないこと、さらに説明する内容が参加者の姿勢を大きく替えずに見ることができること、参加者全員が同じ

条件でガイドの説明を聞くことができる場所であることが必要です。

ツアーコースにおいてはそれが不可能な場合もありますので、下記に示すような工夫をするといいでしょう。

- ・ 少人数にグループを分けて順番に話す。あるいはサブガイドをつけて同じ内容の説明をグループごとにする。
- ・ 説明しようとするもの通り過ぎてグループをストップさせ、ガイドは真ん中あたりまで戻ってきてから説明をする。
- ・ 事前にこれから見るもの予告をして、長い時間をかけて見るのではなく通りすぎるタイミングで参加者全員に見てもらう。その後またグループが集まれる場所まで移動後、見てきたものをフォローする。その際には写真などの小道具を使って何について話をしていたかが全員に伝わる配慮をする。

【3】グループマネジメント

<①参加者管理>

ツアーの形態によっても異なりますが、通常複数の参加者によってツアーは催行されます。最初から参加者のグループだけのために行われるものもあれば、あちこちから参加者が集まってその日の参加メンバーが決まる場合もあります。

集合時間に初めて参加者同士が顔を合わせる場合は、簡単な自己紹介を兼ねた「アイスブレイク」などのアクティビティがツアーを進行する上で効果的です。参加者同士が安心して緊張感なく参加することで事故などを未然に防ぐことも出来ますので、早い段階で参加者同士が打ち解けるための機会を提供しましょう。

ガイドツアーにおいては、細い道を一列で歩く場面が多くあります。列の管理は安全面においても、公平に解説を提供する上でも重要です。列の間隔が極度に開く場合は速度を遅くしたり、隊を再度ひとたまりにまとめるために休憩時間を設けたりします。そこで、参加者の体調、表情をチェックして必要であれば配列の順番を変えたり、ツアー内容を変更したりして参加者全員が無理なく心地いい状態でツアーを続けられるよう常に気を配ります。

アイスブレイク

初対面の人同士が出会う時、緊張を解きほぐすための手法です。話をするきっかけができるので参加者同士、またはガイドと参加者が気楽に会話ができる和やかな雰囲気が作れます。アイスブレイクの方法については、色々参考になるサイトや本もありますので探してみてください。

https://www.faj.or.jp/modules/contents/index.php?content_id=27 （日本ファシリテーション協会）

<http://icebreak-iroha.jp/> （アイスブレイクのいろは）

<②時間管理>

ツアーの催行において一番大事なことは時間管理です。決められた時間に始まり、予定通り決められた時間に終了することは最低限守らなければならないことです。ただし、予期せぬ様々な事態によって必ずしもそれが守れない場合がありますので、その時の対応策を常に考えておく必要があります。具体的な方法については、前章でも触れていましたので参考にしてみてください。

<③安全管理（緊急事態の対応術）>

時間の管理と共に、ガイドに求められることは参加者が怪我や事故に会うことなく無事にツアーを終了することです。そのためには、事前の十分な準備、万が一の事態に備えてどういう対策をとるべきかしっかり頭の中に入れておく必要があります。地域との連携が必要な場合も多いので日頃から良い関係を構築しておくことも重要です。さらに、仲間同士でヒヤッとしたことやハッとしたことなどを定期的に共有し、対応策を事前に考えておきましょう。

03 知識（伝える中身に関する部分）

伝える中身についてはガイド一人一人の努力によって知識が蓄積されるもので、ガイド研修や講演会、勉強会などに参加して伝える中身についての情報を常に最新のものにしておく必要があります。また参加者に伝えることは事実であること、最近のニュースなどで話題になっていることを例に引いて興味を引くなども効果的です。

さらに、地域に伝わる民話や神話などを話の導入などで使うなど全体にストーリー性を持たせることも重要です。文献やネットなどで調べて確認しなければならない事実関係に加えて、個人の体験談に勝る説得力のあるものはありません。幼いころに経験したこと、両親や祖父母から聞いた話、また別のツアーでの体験など実際にガイド本人が体験したことを引用して解説を組み立てるとより説得力のあるものとなります。

またクイズや質問というかたちで、ツアーで伝えるテーマの導入をしたり、ツアーの最後に伝えたいメッセージが本当に参加者に伝わったかどうかの確認をしたりすることも効果があるでしょう。

04

エンタテインメント（楽しませることに関する部分）

商品として顧客に販売する以上、ツアー参加者が楽しめるエンタテインメント性も重要な要素です。そのためには小道具を利用して、参加者の関心を引きつけたり、実際に体験する機会を提供したりすることで、一方向のコミュニケーションではなく、参加者との双方向のコミュニケーションが可能になります。

参加者は自分で実際に体験することで、五感で感じたり、ガイドの解説をより身近なものとして感じることができます。ガイドが物語の主人公になってコスチュームを着て登場したり、せりふの中で大切なメッセージを伝えたり、また参加者にインタビューをしたり、時には参加者同士で話し合いをさせたり、常に参加者の興味や関心を引き付けるためのしきけが必要です。時にはマジックなどを使ってあっと驚かすような演出も効果があります。時の経つのも忘れて本当に楽しいと思って過ごすことで、参加者の学習効果はアップし、伝えたいメッセージがより伝わりやすくなります。またここに戻ってきたいと思わせることも大切なツアーのマーケティングとなるのです。



◆日本人と外国人のエンタテインメント要素の違い

外国人観光客を案内する場合は、特にタブーとされていることは避けるように事前に確認しておくといいでしよう。日本人と外国人の笑いのツボが違うように、日本では当たり前のことが外国では通用しないことも心得ておきましょう。

<覚えておきたい外国人タブー集>

●話題

韓国……………政治、歴史、戦争の話は避ける「朝鮮人」というのはNG

中国・台湾……………政治、歴史、戦争などの話は避ける

●食べ物のNG

イスラム……………豚肉、アルコール

ヒンズー教……………牛、肉全般、卵類も多少あり

ユダヤ教……………豚、甲殻類、イカ、タコ、貝類など

モルモン教……………カフェイン含むコーヒー、紅茶

香港、中国……………冷たいものを嫌う、

お寿司はOK、弁当は好まない

●しぐさのNG

相手に触れること…欧米では少しでも触れたら Excuse me と謝る。着ている服は「第二の肌」とされている。

お金……………日本人は指で○を作るが、欧米では間抜けの意

V サイン……………欧米では手の甲を見せると「くそくらえ」

指さし(人を指さす)……………欧米では「ピストルを構えるしぐさ」

小指を立てる……………中国では右手小指を立てるのは侮辱
ウインク……………パキスタンでは喧嘩を売ること

●国別タブー

タイ……………子どもの頭をなでる→精霊が宿っているとされるので子どもの頭は撫でてはいけない。

左手は不浄→左手で物を渡したり、人を指差しては駄目足の裏を人に向けてはいけない。

インドネシア ……左手で握手したり、ものを渡すのはNG

ギリシャ ……ピースサインとOKサインは侮辱のサイン、手のひらを相手に向けるのも同様自分を指すときに鼻辺りを指すと「私は間抜け」という意味になる場合がある

ロシア ……偶数本の花はお葬式で使用されるものなので注意

欧州 ……お人形さんみたい→中身が無い人

日本の「こけし」と同等

顔が小さい→脳みそが空っぽな人

アメリカ ……一般に日本人がする手招きはアメリカでは「あっちへいけ」という所作にみえる。

呼ぶ時は手のひらを上にする



■第4章■

小道具の活用法とアイデア集

04



037



【1】小道具の活用法

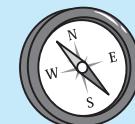
小道具を使うことによって五感に訴えることができ、より説明する内容がわかりやすくなります。見せるだけでなく、実際に触ってもらうことによって参加者が受身でなく、能動的に関わることができます。これにより理解度を増したり、楽しさを感じたり、印象が深くなるという効果があります。

話に長い時間集中できない子どもたちを対象としたプログラムでも小道具で興味をひきつけて話に引き込むと飽きさせずにプログラムを進行することができます。

下記に利用できる小道具と活用例をいくつか紹介します。シチュエーションに応じて活用すればよいでしょう。

小道具

- ・地図、古地図、イラスト、漫画、グラフ、図鑑、絵本、本
- ・画像（スライド、ビデオ、映画など）、写真、古い写真、カメラ
- ・磁石、コンパス、星図盤、温度計、巻尺
- ・伝統工芸品、地元の産物
- ・黒板、ホワイトボード
- ・音響機器（テープレコーダー、集音マイク）、バードコール
- ・双眼鏡、望遠鏡、ルーペ、虫眼鏡、顕微鏡、拡大鏡のついた容器
- ・懐中電灯、赤いセロファン
- ・動物の足跡、動物の糞、落ちている木の実や葉
- ・標本、剥製
- ・ぬいぐるみ、模型、マペット、パペット
- ・電子機器（iPad、タブレット型PC、プロジェクター、GPSなど）



● 地図⇒古地図

地形や作物について過去と現在の比較

● イラスト

堅苦しい説明の回避、よりわかりやすくなる

● マンガ

その土地の歴史や偉人について楽しく説明

● グラフ

数値化した情報によって目につきやすくわかりやすくなる

● 図鑑

森の中で活用（植物、鳥、動物などの確認）

● 絵本

子どもにも分かりやすい説明ができる→家族連れ向け

● 本

おすすめスポットや地域の歴史などをまとめた小冊子を作成して配布。また土地に関連した本や作者の作品を紹介するのもよい。

● 画像

違う季節のその土地の表情など、実際に目の前で見せることができなくてもまた来てみたくなったり、より身近に感じたりすることができる。

● 写真⇒古い写真

過去と現在の比較ができる

● カメラ

ファインダーを覗くことで視点を変える。また写真を撮ることで被写体となる周囲の植物などに興味・関心を示す

● 伝統工芸品、地元の産物

実際に触れたり、食べてもらいうことで五感に訴え、より印象に残る

●声帶模写

模写することで鳴き声にも様々な意味があることが分かる

例：猿の場合「クワン、クワン」群れ全体に警戒を伝える

「ガ、ガ、ガ」直截的な攻撃に使われる

「ゴッ」脅しに使われる

●双眼鏡、望遠鏡、ルーペ

それぞれ遠くのものや小さいものを観察する時に使うだけでなく、

視点を変えることで普段気がつかないことに気づきを与えることが

できる ⇒サプライズ、ツアーナの演出に効果

●動物の足跡

足跡によって、動物の種類や行動パターンがわかる。動物そのも

のが見えなくても動物が生息していることを実感できる。

●動物の糞

糞には様々な情報がある。季節ごとにも変わるので、それを観察す
ることによって食生活のメニューの変化や行動パターンがわかる。

足跡と同じように動物本体が見えなくても生息していることを実感

でき、自然観察には効果的

●落ちている木の実や葉

どういう動物たちの食料になっているか説明したり、森の動植物の

生活をわかりやすく解説できる

【2】見せ方の例

<①道具の利用(説明編) 模型、電子端末、ボード、写真、etc…>

a. 模型

建物の説明をするときに模型を利用することで、実際には見られ
ない視点から建物の構造を見ることができます。

b. 電子端末

近年では電子端末の技術発展もあり、ツアーナの際に使用するガ
イドが増加しています。電子端末の利点として、手軽に扱えるとい
うことと観光地に関連する動画・写真・情報などをすぐに引き出せ
る点です。また、荷物の多いガイドにとっては、電子端末はかさば
らないのでとても便利です。不測の事態に落ちいった時も瞬時にツ
アーナのプラン(インフラ・建造物)の代替を探し出すことが可能です。



c. ボード

ボードの一番の利点は書き消しの修正が可能なことです。言葉
だけではどんな字面をしているのか伝わりにくいという時に活用でき
ます。

d. 写真

事前に景観の写真を見せることで、観光客に現地のイメージを
持たせることができます。これによって、現地で全体像を見たとき
に写真では伝わらない感動が得られます。

<②道具の利用(体験編)天然繊維(鉱物・植物)、双眼鏡、音、味、匂い、感触>

a. 天然繊維(鉱物・植物)

人工的に発生したものではないので、その観光地に足を運ばなくては見ることも、触ることもできません。そのため、こうしたものを感じることはツアーパートナーにとって貴重な体験です。

b. 双眼鏡

ツアーパートナーは視点を変えることで新しい発見があります。野鳥などの観察に加えて、プログラムの中で遠くを眺めたり、ターゲットの建物やスポットなどを探したり、アクティビティの中に双眼鏡を活用するとプログラムに変化が付けられます。備品として用意しておくと便利です。

c. 音

自然の中では、普段気にかけていないことをガイドの案内で注意を向けて気付かせることができます。たとえば、川のせせらぎや小鳥のさえずり、風の音など。日常では気付かないことに気づくことで新しい発見や感動を演出することができます。

d. 味や匂い

自然界には野生で実をつけている木々や草花があります。直接口にする機会や匂いを嗅ぐ機会など滅多にないので貴重な経験になるでしょう。また、市販のものは流通経路の段階で長持ちするように殺菌や添加物を含ませているので匂いや味が落ちているため、最も新鮮な状態で純粋な味わいと匂いが楽しめるのは心に残る体験となるでしょう。

e. 感触

例えば火山付近では火山ガスの抜けた石ころが落ちており、手触りは摩擦が多いため、ザラザラしています。こういった触らなくては分からない体験があります。

<③施設の活用法>

ビジターセンター、動物園、博物館、水族館などを効果的に活用することで、ツアーパートナーへのメッセージをより伝えやすくなることがあります。荒天などで予定していた野外ツアーパートナーが催行できなくなった場合の代替プランともなります。

a. 博物館

自然や動植物の生態系を語る際には博物館を使うのも一つのアイデアです。博物館は自然や動植物の文化史や歴史を多く取り扱っています。実物と史実・解説を照らし合わせることで得られる実感もあるでしょう。

b. 美術館や博物館

地域によってはフィールドへの立ち入り規制がかかる場合が多くあります。当初予定していた地域、景色、施設が見られなくなったら、ゲストに不満を抱かせないためにも美術館、博物館などの代替施設を利用しましょう。

c. 動物園

動物との触れ合い、観賞を目的にしていたツアーパートナーでは動物園、博物館などを活用し、間近で動物をみることで個々の生態をよく知り、自然環境の中ではそれらの動物の生息地の環境を知ることに重点をおきます。動物に遭遇できない失望感を与えることなくプログラムを構成できます。また野外のツアーパートナーで野生の動物に運よく遭遇しても、紹介したい生態の姿をみせてくれるとは限りませんから、観察施設は有効です。

d. 特別な展示施設

自然界の動物との遭遇には危険性を伴うものもあります。それでも見てみたい、写真に撮りたいなどの欲求が生じることも確かです。

安全な環境でそれらの生き物を見たり、体験できる展示や施設を活用したりすることも、ツアーパートナーへの満足感の提供と安全性の確保両面で有効です。

e. ビジターセンター

地域の自然、文化、歴史などをわかりやすく展示などで紹介しているビジターセンターはツアーの導入やまとめなどで利用すると効果があります。また国立公園や国定公園での自然とのふれあい活動を推進し、ゲストの環境学習の場を提供することが可能です。

f. 水族館

水族館では珍しい海の生き物を間近で見ることができるため海をフィールドにしたツアープログラムでは、見たり、触ったりの体験を通してそれらの生き物が生息している環境についても学ぶことができます。

以上、上記各施設の学芸員との連携により、インタープリテーションの内容をより充実させることができます。ガイドの知識向上のためにも活用することをお薦めします。



068

《参考とした文献及び情報》

- Tour Guiding: Developing Effective Communication and Interpretation Techniques R.Ballentyne, A.Crabtree, S.Ham/ Queensland University of Technology
- National Tour Guide Accreditation Program Guides of Australia
- EcoGuide Australia Certification Program Ecotourism Australia
- 「実践講座 インタープリテーション」
国土交通省観光部監修 財団法人日本交通公社
- 「インターパリテーション入門 自然解説技術ハンドブック」
日本環境教育フォーラム監修 小学館
- 「エコツーリズム さあ、はじめよう!」 環境省編 財団法人日本交通公社
- 國谷メモ「阿蘇ガイドメソッド」「ガイド要綱ツリーサンプル」 國谷恵太
- 阿蘇エコツーリズム人材育成事業 第2回講座
「表現やコミュニケーションを豊かに」 斎藤豊治(九州大谷短期大学) 講演資料
- 阿蘇エコツーリズム人材育成事業 第3回講座
「何をどうみせるか?」 仲間浩一(トレイルバックス) 講演資料
- 阿蘇エコツーリズム人材育成事業 第4回講座
「エコツーリズムの開発と運営組織経営」
新谷雅徳(一般社団法人工ロジック) 講演資料
- 阿蘇エコツーリズム人材育成事業 第5回講座
「安心・安全の場づくりのために」 志賀壯史(NPO法人グリーンシティ福岡)
- 「阿蘇くじゅう観光圏フィールドワーク」 講演資料(添付資料) 志賀壯史
- 外国人観光客へのおもてなしハンドブック
福井県観光営業部観光振興課国際室





歩く旅をガイドするということ ～エンジニアリングとしての接遇要件～

<2015年版>

発行日：2015年3月

発行者：阿蘇エコツーリズム協会

熊本県阿蘇市一の宮町宮地 2402 熊本県阿蘇総合庁舎内

公益財団法人 阿蘇地域振興デザインセンター内

執筆者：小林寛子（東海大学経営学部観光ビジネス学科教授／エコツーリズム研究室）

補助：岡田善貴、甲斐正子、勝木慎太郎、吉規翔太、大庭悠登、岡 優希、

本田悠稀実（東海大学経営学部観光ビジネス学科）

編集・監修：公益財団法人 阿蘇地域振興デザインセンター

*パイロット版発行 2014年3月

※無断複写複製による使用を禁じます



Guide

歩く旅をガイドするということ

～エンジニアリングとしての接遇要件～

Walk Travel