

「訪日外国人旅行者受入環境整備
緊急対策事業に係る調査」業務
(アドベンチャートラベルの推進に係るガイド育成に関する実証事業)

報 告 書

平成 31 年 3 月

国土交通省 北海道運輸局

目 次

I	業務概要	1
(1)	実態調査事業結果	
1)	北海道でのアドベンチャートラベルガイド推進に向けた海外事例調査	
	①ニュージーランドでのヒアリング結果	2
	②ニュージーランドでのヒアリング内容（詳細）	7
2)	日本におけるアドベンチャートラベルガイドに関する実態調査	
	①北海道内外に居住するネイチャーガイド向けヒアリング結果	31
	②北海道内外に居住するネイチャーガイド向けヒアリング内容（詳細）	34
	③北海道内に居住するネイチャーガイド向けアンケート調査結果	54
	④将来ガイドを職業として選択する可能性のある人材向けアンケート調査結果	64
(2)	実証実験事業結果	
1)	アドベンチャートラベルガイドの育成とモデルコースに関する実証実験	
	①ガイドを行ったことがない人にもハードルが低いモデルコースを作成	67
	②日本人学生により留学生を対象とした実証実験の開催結果	68
	③実証実験に参加した日本人学生と外国人留学生向けアンケート結果	71
(3)	説明会の開催結果	
1)	大学関係者等に対するアドベンチャートラベルガイドに関する説明会の開催結果	
	①札幌科学技術専門学校でのキャリアデザイン講義	76
	②北海学園大学パネルディスカッション	76
	③じもと×しごと発見フェアへの出展	77
II	考察	78

- 別紙 1・・・ 北海道内に居住するネイチャーガイド向けアンケート
- 別紙 2・・・ 将来ガイドを職業とする選択する可能性のある人材向けアンケート
- 別紙 3・・・ 実証実験のチラシ（参加大学生向け）
- 別紙 4・・・ 実証実験のしおり
- 別紙 5・・・ 実証実験に参加した日本人学生向けアンケート
- 別紙 6・・・ 実証実験に参加した外国人留学生向けアンケート
- 別紙 7・・・ 北海学園大学パネルディスカッションのチラシ

I. 業務概要

1. 目的

アドベンチャートラベル市場における日本の現状の把握と、先進市場の調査を通じて、目指すべき目標の検討を行うとともに、多言語アドベンチャートラベルガイドの人材確保にあたり、有効なアプローチ方法の把握と、間口を拡大することで、アドベンチャートラベルを目的に来道する外国人の受入体制の構築に向けた取り組みを行う。

2. 委託業務の内容

(1) 実態調査事業

- 1) 北海道でのアドベンチャートラベル推進に向けた海外事例調査
- 2) 日本におけるアドベンチャートラベルガイドに関する実態調査

(2) 実証実験事業

- 1) アドベンチャートラベルガイドの育成とモデルコースに関する実証実験

(3) 説明会の開催

- 1) 大学関係者等に対するアドベンチャートラベルガイドに関する説明会を開催

● 共通事項

事業の実施にあたっては、北海道アドベンチャートラベル協議会（HATA）及び関係機関と十分な調整及び情報共有を行う。

(1) 実態調査事業 結果

1) 北海道でのアドベンチャートラベルガイド推進に向けた海外事例調査

北海道におけるアドベンチャートラベル推進にむけて、先進地であるニュージーランドの事例を調査。本調査においては北海道アドベンチャートラベル協議会 会長 荒井一洋氏の人脈と知見を活用した。

①ニュージーランドでのヒアリング結果

【A 教育機関について】

1. AT ガイド育成カリキュラム

NZ では、公立大学、公立工科大学、公立・私立ポリテクニク（職業訓練学校）で AT に関連したコースを提供しており、本調査で訪問した中でもそれぞれ規模と役割が異なっている。グレイマウスにあるタイポティニポリテクニク（TPP）は、1 学年およそ 24 人の小規模クラスで、実地スキルに重きを置いたカリキュラムを提供。インストラクターやガイドを志す学生向きである。学習障害（失読症）のある学生に対しても丁寧なサポートができる規模でスキルアップを提供している。クイーンズタウンリゾートカレッジ（QRC）は私立で地元民間企業との連携が強く、AT をホスピタリティ・サービス業として捉えられるような人材が育成されている。インスティテュート・オブ・カンタベリー（ARA）は、日本語では工科大学と訳されるが、前身はクライストチャーチポリテクニクである。学士号が取得できるコースを提供する教育機関でありながら、職業訓練の要素が含まれ、ガイドや野外教育の教員となる人材を育成している。リンカーン大学は、将来的に行政や業界団体等の制度設計やマネジメントを担うような人材を育成している。現場で必要な野外スキルは学内では取り扱わず、夏期休暇中に行うインターンシップ等で、個人で習得することを推奨している。

2. 卒業後の就職状況

QRC、TTP、ARA の就職率は概ね 95%を超える。リンカーン大学の卒業生は、修士号やさらにその上のレベルの学位コースへの就学、または、より豊かな経験を積むために海外に渡航する学生も多い（学科ごとの就職率は不明である）。なお、就職率が大学の評価の対象としてはみなされていない印象を受けた。ガイド業は人材不足の状態であり、ガイドスキルを取得した学生の需要は非常に高い。職業訓練学校においては、インターンシップが充実しており、在学中から将来を見越した雇用主とのマッチングが行われている。

3. 取得できる資格

北海道アウトドアガイド資格制度に相当するような包括的なアウトドアガイドの資格制度はない。川、山岳、氷河等、高度かつ特殊な技術を要するアクティビティ別に業界団体が検定、認証する制度がある。教育機関で提供する学位は、Certificate、Diploma、学士号、修士号、博

士号等がある。

4. 北海道との違い

- 教育機関
AT 関連コースを提供する教育機関、コース内容、取得できる学位の多様性が高い。都市だけでなく地方に位置する教育機関もあり、選択肢が豊富にある。一線で活躍するガイドからマネジメントレベルまで幅広い人材層の育成が行われている。
- 野外教育・環境教育
基礎教育から野外教育や環境教育がカリキュラムに組み込まれており、幼少期からアウトドアに慣れ親しんでいる。レジャーとしてアウトドアを嗜む人が多い。
- キャリアとしてのガイド
ガイドがキャリアステップにつながる経験としてみなされている。ガイドに必要とされる能力や技術が社会的に価値のあるものと捉えられている。対象者理解、コミュニケーション能力等は異業種の職務にも応用できるスキルであることが社会的に認知されている。
- 社会人のアウトドア業界への転職
ある一定の社会経験を積んだ者が、アウトドア業界に転職したい場合に、学びやすい社会環境が整っている（大人になってから学校に行くことが社会的に受け入れられている）。また、「新卒」よりも豊富な社会経験、人生経験が重要視される職種であり、職業訓練学校に行き直した後も、社会で活躍できる環境にある。
- 教育機関と AT 事業者との連携（インターンシップの活用）
旅行業の繁忙期が 11～2 月であり、大学や職業訓練学校の夏休み期間と同じ時期にあたる。夏休み中にインターンシップを行う教育機関にとっては、学生がお金を稼ぎながら学べる場を提供できることになり、AT 事業者にとっては人材が不足する繁忙期にトレーニングを積んだ学生をスタッフとして確保できるため、両者にとって有益な関係が構築されている。

【B AT 事業者について】

1. 事業形態

今回ヒアリングを行った AT 事業者の事業形態は主に以下の 2 つに分類できる。

- ① 特定のアクティビティを提供するガイド会社（地域限定）
- ② サイクリングやハイキング等、移動活動型ツアーオペレーター（広域展開）
②は旅行代理店の業務の他、車両や必要機材を所有し運送業務も自社で行う形態をとる。NZ には、旅行業法に相当する法律はなく、旅客輸送の免許を取得すればツアーオペレーター事業を実施できる。

2. ガイドのリクルート

応募方法に関しては、活用している媒体は北海道とほぼ変わらない。具体的には、求人情報サイト、自社 HP、口コミや紹介等。ガイドのリクルートにおいては学生のインターンシップは重要な役目を果たしているが、これに関しては先述した通りである。

人材不足という課題を抱える NZ では、ありとあらゆる手段でガイド探しに取り組んでいた。多くの事業者が以下の理由から 50～60 代以上のガイドの雇用を積極的に考え、活用していた。

- ① 知識、社会経験、アウトドア経験が豊富であり、AT 事業者にとって即戦力になり得る。
- ② フルタイムの仕事を要さない層であるため、季節変動が大きい旅行業とうまくマッチングしている。
- ③ AT 旅行者の客層も 50～60 代が多く、客層との相性もいい。

3. ガイドの雇用形態（働き方やライフスタイル）

雇用期間は通年と期間雇用がある。一社で通年雇用されるガイド数は、期間雇用のガイド数に比べて明らかに少なく、閑散期である冬季に応じたアクティビティやツアーを提供する事業者に限られている。期間雇用のガイドにおいては、他社で異なるアクティビティのガイド業に従事する、または、北半球で同じアクティビティのガイド業に従事している状況である。期間雇用のガイドは 20～30 代の独身者が多く、結婚や家庭を持つ等のライフステージが変わるとともに安定した通年雇用の仕事に就く傾向にある。

期間雇用のガイドの給与形態は日給制が多い。通年雇用のガイドに関しては、月給制が多い。NZ には、会社が負担する健康保険、労災、雇用保険はなく、ACC という社会保険制度により補償されている。また、年金は任意加入の年金制度 Kiwi Saver があり、通年雇用のガイドで加入する者については会社が一部額を負担している。

4. ガイドのスキルアップ

アクティビティやツアー内容により、事業者が研修内容を策定して実施している場合が多い。研修への参加は必須。ガイド会社の例として、フランチジョセフ氷河ガイドは、独自の認証の仕組みを設けており、OJT で経験をつみ、シニアガイドがチェックリストをもって能力を確認する。ツアーオペレーターの例として、アドベンチャーサウスでは、5 日間の全員参加の総合的な研修を実施している（詳細はインタビューメモ参照）。

5. 北海道との違い

● 季節雇用への考え方

NZ には、季節雇用を志望する学生、50～60 代、外国人が多いため、事業者にとって好都合である。一方で、募集と人材育成においては少なからず課題を抱えているが、それらが事業経営に支障を来している様子は見受けられなかった。

● シニアや外国人スタッフの雇用に対する考え方

NZ では、社会経験があり、その地域に長く住んで地元愛がある人材はガイドに適していると考えられている。また、通年雇用を必要としないシニア層は、シーズンによって仕事量に偏りがあるガイド会社にとっても都合がいい。外国人スタッフについても同様に、スキルがあり必要な時期にいてくれる長期滞在者を積極的に受け入れている。

- 総合的なオペレーションを行うツアーオペレーター（TO）が募集型企画旅行を実施
NZ には、旅行業法がなく、AT に特化した小規模のツアーオペレーターが多数存在する（最大 12 名～14 名のグループサイズでオペレートしている）。そうした事業者が、アクティビティや特定のテーマに沿ったATの旅程を企画、募集、販売を一貫して行っており、ATホリデーのトータルコーディネートを担当している。車両やガイドは他社に委託せず、自社で所有し、必要なトレーニングも行っているため、顧客の高い満足度に貢献している。一つの TO 事業者が、分業せずに、運輸、旅行手配、食事手配を行っても安全性が損なわれていることはない。自社で全てを手配することで収益を確保し、小規模であっても事業として成り立たせることができている。
- AT 旅行者の安全の確保（消費者の安全とリスク管理）
AT 旅行者の安全の確保についての比較は、①消費者の安全と、②アクティビティに伴うリスク管理の 2 つの側面から考えられる。①に関しては、NZ では Qualmark 等の公的な認証制度により事業者のサービスの質が提示され、消費者（旅行者）は Qualmark、または、トリップアドバイザー等のレビューや口コミを判断材料として利用する事業者の選択を行っている。②に関しては、過去に起きた死亡事故等の経験から、NZ では、アクティビティの種類に応じて外部監査を必須とする制度を導入し（Adventure Activity Regulations 2011）、AT 旅行者の安全の確保により一層注力している。

②ニュージーランドでのヒアリング内容 (詳細)

Date	2018/11/19
Place	クイーンズタウン・リゾート・カレッジ
Institution	クイーンズタウン・リゾート・カレッジ
Name	Charlie Phillips, CEO
Interviewer	Mana Nakachi, Kazu Arai, Ayaka Yoshikawa

Human resource development / training programme (to educational institutions)	
<p>1) 人材育成のカリキュラム</p>	<p>組織の概要</p> <p>2006年に開校した私立職業専門学校。フルタイム総学生数は約267人。うち、インターナショナルが107人（マレーシアが最も多く22%）。</p> <p>ニュージーランド資格庁（NZQA）が定めるレベル5と6のコース（日本の専門学校卒業相当）は、①アドベンチャー・ツーリズムの他、②ホスピタリティ・マネジメントの2コースがあり、レベル7のコース（日本の短大卒業相当と推測）はツーリズム・アンド・ホスピタリティ・マネジメントがある。学生の年齢は18～24歳。産業アドバイザーグループを設置しており、クイーンズタウン地元のホテルやアクティビティ提供会社のマネージャーがコース内容等の顧問を行う。</p> <p>1) アドベンチャー・ツーリズム・マネジメントコースの概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 全体のコース期間は21ヶ月 ● 入学時期は10月、1月、4月、7月の4回 ● 最低1,000時間のインターンシップ（22週間）がカリキュラムに組み込まれている ● インターンシップ中に得る報酬は100～140万円（約1年間分の授業料が稼げる） ● 授業料は約100万円/年（NZ13,312ドル） ● 海外留学生の授業料は約160万円/年（NZ20,000ドル） ● 1年生前期：観光学等の基礎 ● 1年生後期：経営学、会計学やマーケティング等 ● 1年生と2年生の間にインターンシップを行い実地スキルと経験を得る ● 2年生前期：経営学、サステイナブルツーリズム等 ● 2年生後期：法律、経済学、セールス&マーケティング等 ● カリキュラム科目の詳細（英語） ● 試験は筆記と実地の混合。コースの特性により、割合が異なる。
<p>2) 就職率</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 卒業生の85%が勉強した分野で就職 ● 卒業生の12%が大学等さらにレベルの高いコースに進学

<p>3) 取得できる資格</p>	<p>「アドベンチャー・ツーリズム・マネジメント」ディプロマ (専門学校卒業相当) 当校で提供する全コース一覧： <u>Level 7 (短大相当)</u> Graduate Diploma in Tourism and Hospitality Management <u>Level 5,6 (専門学校相当)</u> Diploma of Hospitality Management Diploma of Adventure Tourism Management <u>Level 4</u> New Zealand Certificate in Cookery <u>Level 3</u> Foundations Studies Certificate</p>
<p>4) その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● キャンパスについて：CEO フィリップス氏のインタビュー後、キャンパスを見学。校舎はクイーンズタウンの中心部に位置。設立時に観光学・ホスピタリティ学の専門学校としてデザインされた5階建てコンパクトな校舎。ホテルの会議室、ラウンジ、カフェのようなスペースもあり、学生が実際に働く場所の雰囲気をつかむことができる。 ● 私立 vs 公立：私立専門学校の方が意思決定が早いというアドバンテージがある。経営意識も高い。収益を得るための努力が必要。 ● 学生数の確保：定員に達しており、学生の確保に困っていない様子。 ● 財源：授業料と公的資金のみ (どのような助成金・補助金制度を活用しているのかは不明)。民間企業からの協力金等は得ていない。 ● コミュニティへの貢献：経済的な貢献はないが、会議室の貸与、学生による奉仕活動やコミュニティ・プロジェクトへの貢献は有。CEO 自身も商工会や DMO 団体の役員を担う。 ● 学校運営の課題：優秀な教員等、人材の確保。但し、毎年 10～15%の人員の入替は学校運営にとって有益であるとのこと。10年以上の勤続スタッフは6、7名ほど。5年以上が20名。 ● 教員について：大半が NZ 人で大学卒業者。教えるコース以上のレベルの卒業資格を有する者。 ● インターンシップ：インターンシップの受入先は 100 以上。オーストラリア等海外の受入先も有。生徒は受入先と直接雇用契約を結ぶ。インターンシップ中、学生は 2 度レポートを提出。卒業後、そのままインターンシップ先で就職する者もいる。企業が QRC インターンシップ先となるための特別な要件等は設けていない。 ● 海外での展開：マレーシアと中国で国内と同様のコースを提供している。NZQA が認可するアドベンチャー・ツーリズム・マネジメント資格がマレーシアと中国で取得可能。教員は NZ 人、現地採用の混合。

●インタビューの様子



Date	2018/11/20
Place	グレノーキー ダート・リバー・アドベンチャーズ
Institution	ダート・リバー・アドベンチャーズ
Name	Toby Washer
Interviewer	Ayaka Yoshikawa

Adventure travel industry (to activity providers or tour operators)	
1) 創業の経緯、及び事業登録	<p>概要</p> <p>創業 25 年目のアクティビティ提供会社。グレノーキーを拠点に、ダート川でのジェットボート、ホーストレッキング、ファンヤック (Funyak) と呼ばれる 2 人乗りのラフティングツアーを催行。いずれも 1 日のツアー。季節雇用のガイドは 20 名ほど。通年雇用のガイドはおよそ 4 名。繁忙期最も忙しい 2 月は中国人の顧客が 9 割を占め、1 日あたり最大 500 名を受入。4 年前から当社で通年ガイドとして勤務するウォッシャー氏に本調査の協力を依頼した。</p> <p>ハイシーズンがすでに始まっており、オフィス内でのインタビューには対応できないとのことで、ファンヤックツアー (ジェットボートと川下りのコンボツアー) に参加しながら、雇用状況等について話しを聞いた。このため、事業等についての質問は行っていない (ヒアリングを行わなかった項目については以下「NA」と記載)</p>
2) 入職経路	<p>2000 年リンカーン大学卒業後、ワナカにあるトレブル・コーン・スキー場に 4 シーズン勤務。タイプティニ・ポリテクニクでリバーガイドのコースを 1 ヶ月受講し、夏期はラフティングガイドとしても働いていた。海外を旅行した後、日本では英語の教員、リバーガイド、雪山ガイド、サイクリングガイドを経験。日本人 (札幌) と結婚し、現在 4 歳になる娘の誕生前からクイーンズタウンを生活拠点とするようになる。北海道でリバーガイド、雪山ガイド、サイクリングガイドをしていた頃は、季節ごとに異なる雇用者のもとで働いており、収入は不安定で、長期のツアー担当時は長く家を不在にすることも多かった。しかし DRA で勤務するようになってからは、通年安定した収入も得られるようになり、1 日の仕事が終われば毎日帰宅できるため、子育て環境も良いとのこと。ロウシーズンに 4 週</p>

	間の有給休暇の取得が可能。昨年はミャンマーやカンボジアに家族旅行へ。
3) ガイドの雇用	<ul style="list-style-type: none"> ● 季節雇用ガイド：約 20 名 ● 通年雇用ガイド：約 4 名 ● 季節雇用のガイドは、北半球出身の者が多く、冬になれば北半球で夏のアクティビティのガイドとして働く
4) ガイドのスキルアップ	<ul style="list-style-type: none"> ● 毎年、11 月に新しいガイドのトレーニングを行う ● 自社トレーニングの他、ラフティング協会の外部のトレーニングも実施 ● このため、季節雇用のガイドでも翌年戻ってくるガイドの存在はありがたく、そうした人材の確保が課題 ● コミュニケーション能力、顧客との接し方、関わり方や姿勢も、テクニカルなスキル同様に重要な能力であるが、トレーニングで教えることは困難
5) ガイドの働き方	<ul style="list-style-type: none"> ● 今回、ヒアリングを行なったウォッシュャー氏は、先述した通り、現在は通年雇用のガイドとして勤務している。
6) 資格取得のインセンティブ	NA
7) 仕事に至るプロセス	NA
8) 統計データの活用	NA
9) 人気のアクティビティ	<ul style="list-style-type: none"> ● ジェットボートがメイン商品 ● 中国人向けに、ジェットボートと森の散策をするツアーを開発 ● 英語を話さない中国人の顧客が多いため、現在は 2 人の通訳を雇用 ● 中国語話者のガイドを雇ったこともあったが、中国語を話せても、ラフティング技能やリスク管理スキルのいずれかが欠如しており、語学と技能両面で能力の高い人材の確保は難しいとのこと

Date	2018/11/20
Place	クイーンズタウン ジップトレック・エコツアー
Institution	ジップトレック・エコツアー
Name	Stu Cordelle (General Manager)
Interviewer	Mana Nakachi, Kazu Arai

Adventure travel industry (to activity providers or tour operators)

<p>1) 創業の経緯、及び事業登録</p>	<p>概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・カナダ・ウィスラーで 2002 年に設立。NZ は 2009 年から事業を始めた。 ・ジョイントベンチャーで出資の 50%は Zipline Canada が持ち、残りの 50%は、Zipline NZ の CEO Yoew 氏が持つ。 ・事業の目的は、“Sustainability Education”。 ・General Manager の Cordelle 氏はこの会社で 23 年の経歴がある。 <p>事業登録</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土地の利用に関する許可を、クイーンズタウン市から得ている。 ・安全検査を Site Safe NZ から受けている（必須）。 ・その他に、“Qualmark NZ”, NZ adventure guidelines, Internal equipment guidelines.を会社の希望で得ている。 <p>※“Qualmark”とは、ニュージーランド国内にある観光関連ビジネスを評価する公式なシステム。このロゴを有する事業者は一定以上の品質基準を満たしていることを示している。</p>
<p>2) 入職経路</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・自社 HP、“SEEK”という就活サイト、新聞で募集。カナダの会社から来た社員もいる。 ・入社前のキャリアは、大卒、研究者(生物学)、医者、旅人等さまざまである。例年 4・5 人は Queenstown Resort College からの卒業生。 ・必要な経験は特になし。新人は 4 週間でガイドになれる。安全にオペレーションする技術、楽しませる技術、自然の知識を身に着ける。The Natural Step を使っている。 ・ガイドは 18-24 歳が 20 人。リーダーガイド 26-40 歳が 5 人。マネージャー 1 人（39 歳）。その他に Cordelle 氏。10 名が NZ、30 名が海外から。（イギリス、オーストラリア、カナダ、アイルランド、ブラジル、インド） ・AT 関連の学科の卒業生はそれなりにいる。今年は QRC から 4・5 名。
<p>3) ガイドの雇用環境</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・スタッフ数は 48 人 ・フルタイムは 16 人、残りがパートタイム（3-6 か月） ・季節雇用の会社にとつてのメリットは、コストダウンと新しいスタッフを入れて新陳代謝を図ること。デメリットはスタッフの確保。スタッフにとつてのメリットは冬は別の仕事が経験できること。デメリットは特になし。 ・ヨーロッパ人のメンタリティでは、長く同じ仕事に就くことにそれほど価値を置いていないと思う。シーズン毎の契約を悪く思っていない。パートタイムガイドの、ガイドの動機は経験を得たい、旅をする時の費用を稼ぎたいなどである。 ・年収は様々で詳細不明。 ・最低は週 30 時間で時給 NZ \$ 17.50（1300 円） ・フルタイムはサラリー。パートタイムは時給、会社として業績がいい年はボーナスあり。 ・会社として社会保障をつけてはいない。保険は ACC を利用。（The Accident Compensation Corporation） ・手当の支給も特になし。家が必要な場合は、探すのを手伝う。

<p>4) ガイドのスキルアップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・内部研修と外部研修を実施している。外部研修は、“Service IQ” を活用している。これは、NZ 政府が提供する仕事をする上での様々な無料の研修である。“観光”のカテゴリーもある。 その他、高所でのロープトレーニングや応急処置の研修も、基本的には内部でできるが、外部から講師を呼ぶこともある。これらの研修のために基金を積み立てている。 ・研修の期間は、シーズン毎にするのが基本だが、安全基準が変わるごとに実施するものもある。
<p>5) ガイドの働き方</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・かけもちをしているガイドもいる。 ・副業することも、副業としてガイドをすることも可能。マーケティングマネジャーは、他の会社のマーケティングなどもしている。夜にバーで働いているガイドもいる。 ・人材を他社と共有するメリットは、安全性が増すこと。特にロープワークを必要とするバンジージャンプやキャニオンスウィングやキャニオンツアーなどはいいと思う。デメリットは、ノウハウの流出などが考えられるが、しれているし、問題ではない。 ・オフシーズンはスキー場で働くガイドもいる。 ・40 名中、5 人のリーダーガイド。(フルタイム)、1 人のシニアガイド (4 年目)。他のガイドは 1 年～2 年で辞める。永久的な仕事ではなく、ステップアップとしてみている人がほとんど。 ・ガイドのライフスタイルについて：“Pretty Good life style”だと思う。時間も 1 日 7 時間だし、することもパッケージ化されているので効率がいい。麻薬とアルコールについては厳しく社内で決まりを作っている。
<p>6) 資格取得のインセンティブ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・資格の有無によって給料を決めてはいない。 ・マーケティング担当者は大学卒業。ガイドについて求める学歴は特にない。
<p>7) 仕事に至るプロセス</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・予約の受付方法は、自社 HP (Web マーケティングスタッフ配置)、その他の予約サイトから、クイーンズタウンの地元のエージェントから、海外のエージェントから。 ・60%がインダイレクト。40%ダイレクト。インダイレクトの多くはクイーンズタウンの地元のエージェントから。 ・顧客はオーストラリアが一番多い。英語圏で、近いのでリピートする。予約は On Line が多い。続いて NZ 国内、アメリカ、ヨーロッパ、中国、インド、南アメリカ(アルゼンチン・ブラジル) ・会社を知るきっかけは SNS、NZ 政府観光局、クイーンズタウンの地元エージェントから。 ・マーケティングの取組：Web マーケティングスタッフを配置。 地元のエージェントとのコミュニケーション (一緒にプロモーションをしたり、新しいサービスが出来たらシアターを借りてその上映会を行ったこともある)
<p>8) 統計データの活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・EMbie (NZ ministry of business innovation and employment) の観光に関する情報を使う。 ・自社でもフィードバックをもらっている。また予約時の情報も重要である。 出来るだけ多く、出来るだけ最近の統計が重要。 ・社内でも、同業者や観光関係者同士でも、最近の動向をたくさん話すようにしている。この肌感覚もとても重要である。

	・この情報が一番重要であるというものはない。目的に合わせて様々な角度から分析する。
9) 人気のアクティビティ	3 tour が人気。(本数はジップラインにのる回数) “Kereru” 2 本。時間がない人向け。昨年から導入。16-40 歳が多い。 “Moa” 4 本。ハイキングは入る。若い人・家族向け。 “Kea” 6 本。3 時間程度かかる。世界で一番急なラインでもある。最高で 94 歳の方が参加した。

●インタビューの様子



Date	2018/11/21
Place	ナイ・タフ・ツーリズム/フランツ・ジョセフ・グレーシア・ガイズ
Institution	ナイ・タフ・ツーリズム/フランツ・ジョセフ・グレーシア・ガイズ
Name	Mason Spencer (Customer Service Manager & Territory Sales Manager) Andrew Malcolm (役職不明)
Interviewer	Mana Nakachi, Kazu Arai, Ayaka Yoshikawa

Adventure travel industry (to activity providers or tour operators)	
1) 創業の経緯、及び事業登録	<p>●概要</p> <p>ナイ・タフ・ツーリズムが所有する 14 社のうちの 1 社、「フランツ・ジョセフ・グレーシア・ガイズ」(以下「FJGG」) を訪問。ウェストランド・タイプティニ国立公園内に位置するフランツ・ジョセフ氷河でガイドウォーク、ヘリハイク、アイスクライミングのツアーを運営。</p> <p>●創業の経緯</p> <p>1990 年創立。フランツ・ジョセフ氷河におけるガイド業の歴史は 1900 年代初頭、ヨーロッパ人探検家や金の発掘が活発に行われていた頃に遡る。1965 年に西海岸道路が開通し、それ以降フランツ・ジョセフ氷河周辺においてガイド業が発展した。</p> <p>●事業登録</p> <p>国立公園内におけるガイド業の認可 (Concession) で、自然保護局に申請するもの。</p>
2) 入職経路	<ul style="list-style-type: none"> - スタッフの大半は自社ウェブサイト上の掲載を見て応募 - ポリテクニク (職業訓練学校/専門学校) の学生・卒業生が多い

	<ul style="list-style-type: none"> - スタッフの学歴は AT に関連した学科に限らず、学歴はさまざま - アウトドア経験が豊富な者が多い - 毎年スタッフの募集を行う。応募者数は年によって異なるが、例年、実際に必要な数を上回って応募が集まる - 顧客の 9 割は外国人。スタッフの国籍も、オーストラリア、アメリカ、ヨーロッパ諸国とさまざまで、その年によって国内・国外人材の比率は異なる。ガイドの年齢は 20～40 歳 - タイプティニポリテクニクの卒業生は、フランツジョセフ氷河の地形に馴染みがあり、必要な技能を備えているため、即戦力になる者が多い
<p>3) ガイドの雇用環境</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ナイタフツーリズム所有の 14 社を全体的にみて季節雇用が多い - FJGG では通年雇用・季節雇用合わせておよそ 40 名のスタッフを雇用 - ナイタフツーリズム全体では、300～500 名雇用（季節変動あり） - 第二言語は必ずしも必要な技能ではない。あれば採用に有利 - 夏シーズンは雇用数が多く、年によって人数は異なる - 毎年 5～10 人を新規雇用。ターンオーバーは高い - 季節雇用のメリットは、頭数が必要なハイシーズンに必要な人数を雇えること - デメリットは、新規雇用者のトレーニングに経費がかかること - NZ では、野外教育、環境教育が基礎教育のカリキュラムに組み込まれており、若いうちからアウトドアの環境やアクティビティに慣れ親しんでいる人が多い。趣味としてアウトドアを嗜む者も多く、趣味を仕事にするためガイドを目指して進学進路を決めるケースも多いのではないかという意見があった - ナイタフツーリズム所有の 14 社では、国が定める最低賃金（17.50 ドル）ではなく、生活賃金（living wage, 20.55 ドル）を最低額とする給与制度を設けている。
<p>4) ガイドのスキルアップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 新人研修は自社で実施。採用時期、担当業務内容により、実施のタイミングや研修内容が異なる - ガイドとして採用された者は全員、氷河ガイドの経験有無に関わらず自社トレーニングの受講が課される。国際的にも認知されている NZ 山岳ガイド協会が定める「Hard Ice Guiding」資格を有する者、もしくはその資格取得を目指す者のみがガイドできる仕組みをとる - その他、スタッフ向けにスキルアップのためのトレーニングコースを提供。自社で実施する無償のトレーニング、外部で実施するもの、有償のもの、担当業務によって受けられるコース内容が異なる - 1 人でガイドできるようになるまでトレーニングに 3、4 週間かかる。シニアガイドのアセスメントを受け、合格したものがガイドになれる - ガイドの育成ステップや、アセスメントのチェックリストは FJGG 社が独自に開発したもの - 給与の増額はスキルベースで、勤続年数は考慮されない - 現在、シニアガイドは 6、7 名
<p>5) ガイドの働き方</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ガイドの大半は FJGG 社のみでガイド。他のガイド会社とのかけもちやアルバイトの副業はほとんどない。夏シーズン中は十分な仕事量を与えられる。トレーニングに相当な経費と労力が費やされ

	<p>るため、ガイドも FHGG 社にコミットしている</p> <ul style="list-style-type: none"> - 冬の閑散期は北半球でガイド業を行うものが多い - ガイド業以外の仕事で閑散期の生計をたてている者はいない - ナイタフツーリズムでは子会社の境を跨いだ人事異動も行なっている。ポジションの空きがあれば、南島各地の会社で、それまでとは異なる職種に就くこともできる - シフト制をとるため休日の確保に問題はない - フルタイム雇用者は 4 週間/年の有給休暇の取得が可能 - 厚生年金、健康保険、雇用保険等の、社会保険料の会社負担はない。NZ には ACC (Accident Compensation Corporation) という社会保険制度があり、労務でなくとも事故により生じた治療費や収入の補填が保障されている。 - FJGG 社員寮がある
6) 資格取得のインセンティブ	<ul style="list-style-type: none"> - NZ 山岳ガイド協会の Hard Ice Guiding の資格取得が支援されている
7) 仕事に至るプロセス	<ul style="list-style-type: none"> - 自社ウェブサイトから受付ける直接申込の他、旅行会社からの申込
8) 統計データの活用	<ul style="list-style-type: none"> - 政府観光局の統計を活用 - 地域レベルでは西海岸地方の観光振興組織と連携 - 西海岸への観光客誘致のため長期滞在者を意識した取り組みに注力
9) 人気のアクティビティ	<ul style="list-style-type: none"> - 西海岸で人気のアクティビティについては政府観光局のデータを参照

●インタビューの様子



Date	2018/11/23
Place	グレイマウス タイ・プティニ・ポリテクニク
Institution	タイ・プティニ・ポリテクニク
Name	Zane Smith,
Interviewer	Mana Nakachi, Kazu Arai, Ayaka Yoshikawa

1. Human resource development / training programme (to educational institutions)	
1) 人材育成のキャリアラム	<p>組織の概要</p> <p>1989年に開校したポリテクニク（職業訓練学校）。西海岸の最も大きい町グレイマウスに位置する。ニュージーランド資格庁が定めるレベル2～6の資格が取得可能。分野は、農業、ビジネスとIT、料理、ホスピタリティ、探鉱、ひすいの彫刻、観光、野外教育等。2017年はおよそ3,000名の学生が在学。スタッフは約165名。資格庁による評価は私立のQRCに劣る。ATに関連したコースは以下のとおり。下記のハイパーリンク先を参照。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Diploma in Outdoor Education and Instruction ● Certificate in Outdoor Education ● Certificate in Tourism ● Raft guiding (TPP Short Award) ● Ski patrol (TPP Short Award) <p>学生、卒業生について</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 1年目の学生はアウトドア経験の全くない者もいる。 ● アドベンチャーレース等に参加し、自分の体力的・精神的なリミットを把握。 ● 入学6ヶ月後には、ガイドするための基礎スキルを身につけ、実際にクライアントをガイドする演習も行う。 ● 2年生になる前の夏休み中にガイド会社等で働いて経験をつむ（有償）。プロの意識、自信が高まった状態で2年目を迎える。 ● 2年目にはさらにレベルの高い技能を習得。どのアクティビティのガイドになるか方向性を絞っていく。 ● 大衆の前で話すことが苦手な学生も、プレゼンテーションで練習を重ね、クライアントに対して行う安全ブリーフィングも上達するようになる。 ● 卒業後、さらにAT業界で経験をつみ、教員としてTPPに戻ってくる卒業生もいる。Zaneもその1人。“Big family”（大家族）のよう。卒業生がAT会社のマネージャーになっているケースも少なく、学生のインターン受入先や就職先になっている。 ● ディスレクシア（失読症）や学習障害のある学生もいる。 ● 8、9割の学生はグレイマウス以外の出身。 ● 多くは北島の小さな町から。ウェストコーストの地元の人たちにとってアウトドアは趣味であり、キャリアにするという概念が定着していないことが原因であると推測。

	<ul style="list-style-type: none"> ●男女比は男性が3分の2、女性が3分の1。 ●学生の大半は18～20歳。それ以上の年齢の学生は少数派。20代半ば～30代半ばにキャリア転換のためTPPに就学する学生もいる。そのように新しいキャリアとしてATガイドを選ぶ人材は、AT産業にとって需要の高い人材。在学中に就職先としてあせせんする会社を考慮しておく。 ●入学1、2ヶ月後に退学する学生もいる。思っていたコースではなかった、メンタルの問題等が主な原因。 ●グレイマウスの町の規模は小さく、夜や週末の自由時間にすることといえばアウトドアのアクティビティくらい。良い学習環境が整っており、成果に繋がっていると言える。 <p>TPPの哲学</p> <ul style="list-style-type: none"> ●“Experienced base model”：体験型学習、実地に重きを置く。卒業生は実際にガイドとして働く必要なスキルを習得。セオリー中心に学んだ他校の卒業生とは明らかな違いが伺えるとのこと。このような教授方法は高コストなため、他校では座学を増やす傾向にある。月曜日にセオリー、火曜日～金曜日は課外授業が多いパターン。天候やスタッフのスケジュール等状況に応じて週の学習計画を調整している。 ●“Teachers are parents”：アフタークラスの生活や人間関係についても教員が実親のように手厚いサポートを行う。親元を離れて就学する学生が多いため。また、そうした指導から学生はソーシャルスキルや人との関わり方を学んでいく。 ●“Students are our clients”：学生によって教授方法をアジャストしている。小論文やレポート課題の代わりに映像を用いた課題を取り入れる等。 ●“Small class size”：1学年20名前後。スタッフ：学生＝1：4が理想。フルタイムの教員は3、4名。その他非常勤講師（Contractor）が35名ほど。AT産業は人手不足。定員数を増やすことも産業にとっては必要、且つ可能ではあるが、授業の質を維持するためには、今の割合は変えたくないとのこと。 <p>ソフトスキルについて</p> <p>テクニカルなハードスキルだけではなく、ソフトスキルも習得できるようにone on oneの丁寧な指導を行う。コミュニケーション能力、対象者理解、異文化理解等。高リスクの状況下でも、顧客に安全に感じてもらえるような高いコミュニケーション能力が必要。教員→学生の指導だけではなく、学生同士でフィードバックさせ、グループ・ダイナミックスの中でソフトスキルを身につけていく。</p> <p>AT産業と人材育成</p> <p>NZでは観光が国内最大の輸入産業。ATガイド不足は深刻。ポリテクも人材育成に貢献しているが、供給が追いついていない状況。観光の成長を維持していくためには、外国人労働者が鍵となるとの見解。</p>
<p>2) 就職率</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●ディプロマコースの卒業生の約80%はAT業界に就職 ●ディプロマコースの卒業生の約20%は野外教育分野で就職

	<ul style="list-style-type: none"> ●ATガイドとして3、4年働いた後、転職、またはさらに高い資格をとるために進学する者も多い。3、4年後AT産業に残っているのは、全体の3分の1ほど。在学している学生には、そのような状況を隠さずに伝えている。TPP卒業生はセルフプレゼンテーションの訓練を受けているため、転職活動にも有利に働いているとの見解。
<p>3) 取得できる資格</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●ディプロマ(2年)やサーティフィケート(1年) ●1年めに基礎の救命講習、2年めにはさらに上級のPHEC(Pre-hospital Emergency Care)を受講。 ●ガイドを目指す学生のほとんどが第二種運転免許を取得。ガイド会社で働くには必須と言っても過言ではないとのこと。 ●ガイド業ではバリスタの知識も重宝するため、コース内に組み込むことを検討中。
<p>4) その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●ガイドと教員の兼業：ATは教育的観光である。観光の中で学びを得ることが、旅行体験を充実させる。このため、ガイドと教員の兼業はメリットがあるとの見解。Zaneも教員やコンサルティングをしながら、ガイドを行う兼業者。“優良なガイドは先生である”との発言があった。 ●政府観光局と旅行業・教育機関の連携：組織を跨いだコミュニケーションは、側から見てもうまくいっているように見えても、内情は、あまりうまくいっていないとのこと。“100% Pure New Zealand”プロモーションは観光客誘致につながっているが、人材不足等、産業側が抱える問題は少なくない。 ●教員のリクルート：人材育成の鍵は育成者にある。熱意や感情的知性は特に重要。 ●リスク管理に関する監査： 2011年に施行した“Adventure Activities Regulations”により、リスクの高いアクティビティ提供会社に対する外部監査と登録が必須になった。監査を受けるための費用が高いため、中小規模の事業者の廃業、事業内容の縮減も生じた。 下記のハイパーリンク先を参照。 <ul style="list-style-type: none"> ・Tourism 2025 ・Adventure Activities Regulations 2011 ・AdventureMark (監査機関) ・最低雇用権と雇用に関する義務

●インタビューの様子



Date	2018/11/26
Place	クライストチャーチ アラ・カンタベリー工科大学 (Institute of Canterbury)
Institution	アラ・カンタベリー工科大学
Name	David Irwin/サステイナビリティ・野外教育マネージャー Tim Hayashi/国際交流マネージャー
Interviewer	Mana Nakachi, Kazu Arai, Ayaka Yoshikawa

Human resource development / training programme (to educational institutions)	
1) 人材育成 のカリキュラム	<p>組織の概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ARA では、“Bachelor of Tourism”や“Bachelor of Sustainability and Outdoor Education”のほかに、事業マネジメントに関する学位も出している。Timaru 市にもキャンパスがあり、Outdoor Instruction and Guiding のコースがある。(AT のコースと直接の関係はないが Timaru 市は恵庭町と姉妹都市である) ・このコースでは Level5(専門学校相当) を取得できる。またカヤックやクライミングやハイキングなどの業界団体の資格を取得できる。 ・Christchurch と Timaru のキャンパスを合わせて 140 名の学生がいる。 ・卒業生の 1/3～1/2 はアウトドアエデュケーションやアウトドアインストラクターの仕事に就く。アイスランドやノルウェーなど海外で働く人もいる。 ・学生の多くは NZ 人である。日本人の Outdoor Edu 生徒は少ない。
2) 就職率	<ul style="list-style-type: none"> ・卒業生はすぐに就職する人と海外を旅する人がいる。現地でアドベンチャートラベルの仕事に就くものもいる。 ・仕事は様々で、賃金の低いものから高いものがあるが、AT 産業に関わる機会としては重要で、様々なキャリアにつく可能性を秘めている。 ・シーカヤックやハイキングなどは大きく成長した会社もあるが、多くは 6, 7 人の会社である。大きい会社は、例えば Mt.Ruapehu で 2 つのスキー場を持つ会社で 800 人程度。 ・特定の地域のガイド会社ではなく、NZ 国内を回るツアー会社でも多くの社員を抱えている。ガイドの多くは、こうしたツアーガイドを経験し、その後はある特定の地域で管理職につくことを考える。 ・卒業後の就職率はほぼ 100%。 ・アメリカの会社や、NZ の Fox and Franz Glacier Guides, AJ Hackett, Sea kayaking companies, Outward Bound などから、直接学校に仕事のオファーがある。 ・インターンシップは、2 年目の 7～11 月に NZ の様々な会社で行う。学生の 1/3 が AT の会社に行く。初めの 3～4 週間がインターン。その後は、アルバイトとしてお金をもらう人もいる。 ・インターン先を決める時は、将来的に自分が働きたい会社を選ぶ。
3) 取得できる 資格	<ul style="list-style-type: none"> ・リスクマネジメントやガイドスキルに関する資格を取得できるが、それ以上に、コミュニケーションスキルが重要だという声を AT 会社から聞く。

	<ul style="list-style-type: none"> ・ハードスキルよりもソフトスキルが求められている。 ・Franz Joseph Glacier guide からは「ハードスキルは現場で教えられるが、ソフトスキルは、簡単ではない」と聞いている。 ・質を高めるのに、コミュニケーションスキルを重要視しており、多くの人の前でスピーチの練習もする。クライアントや雇用者からのフィードバックをもらうことで、コミュニケーションスキルのスキルアップをしている。
<p>4) その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイド産業で働き続けるには、スキーガイドやラフティングガイドは北半球と南半球を行き来している。別の国で、違う雇用主にやとわれる。 ・カヤックなどはオフシーズンに道具のメンテナンスの仕事があり通年同じ会社に雇われることもある。 ・AT の現場を経験した後にビジネスコースに入り起業を目指す人や、他のビジネスをしていて AT の技術を身に着け起業を目指す人もいる。 ・学生の年齢は、1/3 は高卒。1/3 は他の高等教育を卒業した人や数年の社会人経験を積んだ人。1/3 は長年社会人経験を積んで新しいキャリアを積みたい人。 ・学位が取れることは社会人には魅力的である。 ・卒業生で起業した人もいる。起業を増やすには、様々な事例を見せるべき。 ・専門学校や職業訓練校を運営するにあたっては、小さい学校は経済的な問題がある。特に実技においては一人の先生が担当できる学生が少ない事。 ・Outdoor instruction course の学生は、先生や警察に就職する人も多い。安定しているから。 ・北海道文教大学との交流がある。春休みを利用して Ara に 4 週間程度滞在する。

●インタビューの様子



Date	2018/11/26
Place	クライストチャーチ リンカーン大学
Institution	リンカーン大学
Name	Prof. David Simmons
Interviewer	Mana Nakachi, Kazu Arai, Ayaka Yoshikawa

Human resource development / training programme (to educational institutions)	
1) 人材育成 のカリキュラム	<p>組織の概要</p> <p>南島最大都市クライストチャーチ郊外に位置する国立大学。(中心部からは20km) 1878年に農業学校として開校。ATに関連したものでは、スポーツ&レクリエーション学科と観光学科がある。それぞれのコースで学士、修士、博士号さまざまなレベルの学位が取得可能。学位の種類は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Bachelor ・Bachelor with Honours ・Graduate Certificate ・Graduate Diploma ・Postgraduate Certificate ・Postgraduate Diploma ・Master ・PhD <p>ヒアリングは、観光学の教授シモンズ氏が対応した。</p> <p>“More on education than training”: これまでヒアリングを行った私立・公立の専門学校に対し、リンカーン大学ではパブリックセクターや公的機関のマネージャー、政策立案者となり得る人材の育成を目指したコースを提供。商学やマーケティングよりも、社会インフラや環境寄り。</p>
2) 就職率	未回答
3) 取得できる 資格	先述のとおり
4) その他	<p>コース内容や卒業後の雇用状況については深掘りせず、AT産業のこれまでの経緯や動向、人材育成についてヒアリングを行った。要点は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リスク管理について：ラフティングやケービング等のアウトドア・アクティビティを行なっている間に生じた死亡事故により、レギュレーションが厳しくなった。救命、リスクマネジメントは必須。 ・ATにおける官民連携：土地管理や安全面については行政の参画、役割が重要。クイーンズタウンやウェストコーストにATアクティビティが集中しており、プレッシャーがかかっている。地域間の格差も広まっている。

	<p>・“Spiritual entrepreneur” (someone passionate about the activity) : 民間セクターでは、熱意をもった起業家が重要な役割を果たしてきた。例えば、Geoff Gabites 氏。その道を極めたエキスパートが、AT 業界を先駆してきた。教育で育成するのは難しい人材。</p> <p>・官民の架け橋となる人材の重要性 : Geoff Ensor 氏を言及。遊覧飛行のパイロット、TIA の Advocacy Manager を経て、自然保護局 (DoC) に入局。AT 産業界と行政の架け橋となり AT 振興に貢献した人物。</p> <p>・AT 教育の方向性 : NZ では全体的なスコープを定める前に、多数の教育機関が多様なコースを好きなように提供してきた現状も課題。教育機関の数、提供するコースの種類も、スコープに準じた形で提供、人材育成したほうが良い。タイ・プティニのような少人数のコースを提供する機関は (経済的に) 難儀している。実地トレーニングにおいては Ara (クライストチャーチ工科大学)、Hillary Outdoor Education Centres (NPO)、Mount Aspiring College (高校、於ワナカ)、マネジメントにおいてはリンカーン大学が◎。</p> <p>・“Strategy comes before marketing” : 観光戦略> マーケティング。前政権でマーケティングやプロモーションを先行して進めてきた結果、旅行者数が急激に増え、供給が追いついていない、環境や地域への影響も懸念されており課題も多い状況。“Tourism 2025”では Volume (旅行者数) よりも Value (価値) の高い観光を目指すビジョンが掲げられている。</p>
--	---

●インタビューの様子



Date	2018/11/27
Place	クライストチャーチ アドベンチャー・サウス
Institution	アドベンチャー・サウス
Name	Phillip Wyndham (General Manager)
Interviewer	Mana Nakachi, Kazu Arai, Ayaka Yoshikawa

Adventure travel industry (to activity providers or tour operators)	
1) 創業の経緯、及び事業登録	<p>概要</p> <p>1992 年創立されたサイクリング、ハイキングツアーを提供するツアーオペレーター。クライストチャーチを拠点に、南島、北島で 5 日間～22 日間の長期ツアーを展開。NZ の他、韓国、ベトナム</p>

	<p>ム、ペルー、日本でもサイクリングツアーを実施。国内では企画募集型・受注型のツアーの他、海外のツアー会社からの下請けオペレーションも行う。顧客は主に英語圏から、オーストラリア、NZ、欧米が多い。30名以上のガイドを季節雇用している。通年雇用のスタッフは5人のみ。10月～5月のシーズン中、企画募集型のツアーだけで年間およそ1,200人を受入。マイクロバス、トレーラー（各々10台以上）、レンタルバイク（E-bikeを含む3種類、150台以上）を所有。親会社はオーストラリアのワールド・エクスペディションズ・トラベル・グループ。</p>
<p>2) 入職経路</p>	<p>● スタッフのリクルート：自社HP、Facebook、SEEK（総合求人情報サイト）、旅行業に特化した求人情報サイト、TradeMe（物品の売買、情報掲示板）を活用。オフィススタッフ、メカニック、ガイド等、募集する業務内容によって活用する媒体を変えている。マウンテンバイクのガイド探しに困っていた際、クライストチャーチに本社があるサイクルウェアメーカーの Ground Effect 社に協力を依頼したところ、ガイドがすぐに見つかった。</p> <p>● ガイドに求めるスキル：</p> <ul style="list-style-type: none"> - アウトドア環境に慣れ親しんでいること - プレッシャーの下でも能力を発揮できること - リスクアセスメント（プライベートのアウトドア経験から培われる要素が大きい。教えるのは難しい） - コミュニケーション能力（クライアントのニーズを把握できる、対応できる） - 当該分野の高等教育の資格があれば尚良い - 顧客を乗せて安全にマイクロバスを運転できる技能（トレーラー牽引も） - チームワーク（ガイド2名体制のため）
<p>3) ガイドの雇用環境</p>	<p>● ツアー毎に契約、日給制。～250ドル/日</p> <p>● 10～5月のシーズン中は全員にできるだけ多くのツアーがあたるように配慮</p>
<p>4) ガイドのスキルアップ</p>	<p>● 自社トレーニング：</p> <ul style="list-style-type: none"> - 毎年10月の上旬に実施。期間は4日間。 - 新人、経験年数問わず、全員参加が必須。トレーニング中は給与有り。 - 外部講師を招へいし、セオリーと実地の両面をカバー。 - ガイド全員が集まる機会は年に1度だけ。チームビルディングを行う。 - 今年は新人ガイドが14名。 <p><u>今年度の例</u>（Day2、Day3はセオリーのため、社の施設内で実施）</p> <p>Day1：救急救命講習</p> <p>Day2：マオリ文化理解、リスクアセスメント、自然保護局の活動</p> <p>Day3：運転スキルと車両メンテナンス、安全な自転車の乗り方 安全なルートの選び方、自転車用道路に関する活動について（Cycle Action Network、NPO）</p>

	<p>Day4：外部講師なし。半日、オフィスやバックアップスタッフの業務について学び、ガイドへの協力依頼等を行う。残りの半日はサイクリングやハイキング。</p> <p>Day5：新人ガイドのみ。倉庫施設やギアに関するオリエンテーション</p>
5) ガイドの働き方	<p>●季節変動について：</p> <p>オフシーズンは教員、スキー場、石工等さまざまな仕事に従事。シーズン中の稼ぎで冬は働かないガイドもいれば、北半球でガイドする者もいる。親会社のワールドエクスペディションズでガイドする者もいる。</p> <p>季節変動は旅行業では永久的な課題。宿のベッド数は限られているため、いかにシーズンを伸ばせるか、観光客をどのように分散させるかが鍵。</p> <p>冬のオフシーズンは修学旅行（Youth Adventure）の受注ツアーを実施。冬もガイドできるガイドが10名弱。冬には気候がマイルドな地域でのツアーや、冬にあったテーマのツアー商品を提案することで、閑散期のガイドの雇用創出につながっている。これにより仕事内容にも変化が付き、ガイドにとっても仕事が面白くなるメリットもある。</p> <p>ガイドの年齢は30代半ば～50代後半。サポートカーの運転とライディングガイドを交代で行う。最大14名の小グループでフルサポートを提供。ツアー中のガイドの宿泊は相部屋ではなく、1人部屋になるように手配（以前は同性であれば相部屋を手配していた）。夜間、自分のスペースが確保でき、ゆっくり休めることは、翌日のパフォーマンス、顧客の安全性や満足度を左右する。ガイドを1人部屋で宿泊させるのは経済的に厳しい面もあるが、長期的には良き人材の維持につながっていると捉えている。</p> <p>●ライフイベントに応じて担当業務、雇用形態を転換</p> <p>海外遠征で怪我を負った際や、結婚や子育て等ライフステージに応じて、オフィス内の業務に転換したガイドもいる。家庭をもつガイドにとっては、家や家族から何日間も離れることが最大のチャレンジ。</p>
6) 資格取得のインセンティブ	参加必須のガイドトレーニングは有給で実施。
7) 仕事に至るプロセス	自社HP、旅行会社、代理店、海外の提携オペレーターから。
8) 統計データの活用	未回答
9) 人気のアクティビティ	アドベンチャーサウス社においては、サイクリングツアーが最も集客数が多い。

10) その他	<ul style="list-style-type: none"> ●観光客の増加、観光業の成長、経済効果について。クイーンズタウンでは宿泊税 (Bed tax) を導入。航空券に課金される仕組み。オーストラリア、太平洋諸島は免除。国は観光から相当なベネフィットを受けている (the NZ government is the biggest winner)。自然保護局も山小屋の料金システムに外国人料金を導入した。 ●看護師からガイドに転職したケースについて。看護師はガイドに求められるスキルを兼ね揃えているケースが多い。チームワーカー、プレッシャーを受けながらも冷静な判断ができる、救命スキル等。 ●キャリアパスとしてのガイド。NZ では、ガイドの仕事は“キャリア”として捉える人も多い。例として、オペレーション・マネージャーの Brett 氏。教員、フィットネストレーナー、ガイド等を経て、現在に至る。ガイドのスキルは他の仕事にも転換できる (Transferrable)。
----------------	--

●インタビューの様子



Date	2018/11/27
Place	クライストチャーチ サイクル・ジャーニーズ
Institution	サイクル・ジャーニーズ
Name	Geoff Gabites/Managing Director
interviewer	Mana Nakachi, Kazu Arai, Ayaka Yoshikawa,

Adventure travel industry (to activity providers or tour operators)	
1) 創業の経緯、および事業登録	<p>2012 年創業。2009 年から NZ 国内 23 か所で整備がはじまった Cycle Trail (自転車用トレイル) 上で、主に南島でセルフガイドツアーを提供。アドベンチャーサウス社の前経営者が新たに立ち上げたツアーオペレーター。ホテル手配、レンタル自転車、荷物の運送をパッケージ商品化し販売を行う。</p> <p>-Adventure South と Cycle Journeys との大きな違いは、セルフガイドツアーであること。車で荷物を運ぶオペレーションが重要。</p>
2) 入職経路	<p>-「いい会社に、いいスタッフが集まってくる」ので、求人サイトなどには出していない。</p> <p>-これまでの経験を活かせるスタッフを求めている。</p>
3) ガイドの雇	<p>-スタッフは全員で 35 名いる。</p>

<p>用環境</p>	<p>-そのうち Twizel のオフィスに 16 名のスタッフを抱えている。4 名は WestCoast にいる。地域スタッフの多くは年配の方で、様々な経験をした人たちである。退職者はフルタイムは望んでいないので、会社にとっても退職者にとってもパートタイムは都合がいい。</p>
<p>4) ガイドのスキルアップ</p>	<p>-ガイドは、現場のアウトドア技術、グループをコントロールする技術、安全管理、コミュニケーション等が身につく。ガイドスキルは多くの職業に活用できるが、その経験がキャリアになると考えられていない。</p> <p>-新しい general manager の Dan はガイドとして働き、今は NZ の中でも優秀なマネージャーだと思う。</p> <p>-「情熱」と「人が好きであること」が重要な要素だと思う。人間が嫌いな人、人付き合いが苦手な人はアウトドアカンパニーの経営は難しいと思う。情熱を教えることはできない。</p> <p>-ガイド会社の文化や習慣やビジョンの共有はとても重要な部分である。</p> <p>-情熱は教えられないが、メンターと一緒に仕事をする事で、情熱を高める習慣を身に付けられるかもしれない。自分は（ジェフは）メンター役は好きだと思う。コーチングが好きだと感じている。</p> <p>-多くの若い人は頼んだことしかやらない。頼んだことは完璧にこなすが、先を読んで動くことをしない。</p> <p>【教育機関について】</p> <p>-インターンシップの受け入れについて、Lincoln Uni も、Ara も TaiPoutini Polytechnic からも相談が来ない。多くの教育機関は外部と連携することが苦手だと感じている。</p> <p>-教育機関がアウトドアビジネスを教えているが、それほど簡単ではない。起業した 80%-90% が 5 年以内で姿を消していると感じている。</p> <p>-教育機関でのガイド育成はそれほど良くない。ガイドがガイドを見つけてきている。いい会社はより良いガイドを確保できる。</p>
<p>5) ガイドの働き方</p>	<p>-若い時は 1 週間のツアーに出て、食費などがツアーで賄われてお金がたまる。家族を持つと家に帰る時間も大切なので、ガイドは向かない。よってガイドの次のステップが必要である。Cycle Journeys は現場を経験したガイドがマネジメント側に立つ機会にもなる。</p>
<p>6) 資格取得のインセンティブ</p>	<p>-スタッフの資格は問わない。インセンティブもない。職業訓練を積んでいるスタッフの方が採用には有利ではある。</p> <p>-Adventure South の事業で会社として必要なのは、人を乗せて運転するライセンスだけであり、Cycle Journeys はそれもない。参入しやすいビジネスである。</p> <p>-事業を始めるには車購入に \$ 50,000 (385 万円程度)、トレーラーに \$ 10,000 (80 万円程度) かかる。それなりの投資が必要だ。</p> <p>-なお、電気自転車を入れるにはそれなりに投資が必要になる。うちの場合だと現在 50 台の普通の自転車に 30 台の電気自転車を買う予定。それには \$78000 (600 万円) かかる。</p> <p>-奥さんが安定した職業についているといい (Joke)</p> <p>-このビジネスは、最初の 5 年間は支出ばかり。ひとりが 1 キロを走るのに 1 ドル程度のコストかかる計算となっている。</p>

<p>7) 仕事に至るプロセス</p>	<p>-Web で申し込んでくる。 -Cycle Journeys のお客さんの 90%は国内旅行者。国内マーケットによって動き始め、その後、海外に移っていくと思う。 -女性が主な顧客である。女性に影響力がある。 【産業全体の発展について】 -産業全体を高めていくには、「リードオペレーター」が必要だと思う。 -例えば、Ngai Tahu Tourism はその一つ。設備・ガイド育成・マーケティングに投資して、産業を作っていくことに貢献している。なお、ここのビジネスは、地域にひとつしかない（独占している）会社に投資することで、失敗しにくい状態を整えている。投資をして、優秀なマネージャーを置き、マニュアルを整えればうまく行くようになっている。</p>
<p>8) 統計データの活用</p>	<p>N/A</p>
<p>9)人気のアクティビティ</p>	<p>-Cycle Trail はこれから人気が出る。車と別だから安全で、膝にやさしくて、健康的で、社交的で、おいしいコーヒーも出せるから -NZ でサイクリングツアーが盛んなように見えるが、ガイド付きサイクリングは NZ の旅行の 10-15%だけ。しかし道路を使うから良く目につく。 -NZ ではこれから bike trail がさらに整備される。最長で 530km になる。 -電気自転車の需要も増えると思う。高齢で何日間も走るのに疲れてしまうケースがあり、電気自転車があればその心配が減る。</p>

●インタビューの様子



Date	2018/11/28
Place	オークランド、モア・トレック、ファースト・ライト・トラベル
Institution	モア・トレック（ハイキングツアー会社）、ファースト・ライト・トラベル（オンライン旅行会社）
Name	Andrew Wells、Brent Narbey
Interviewer	Mana Nakachi, Kazu Arai, Ayaka Yoshikawa

Adventure travel industry (to activity providers or tour operators)

<p>1) 創業の経緯、及び事業登録</p>	<p>概要</p> <p>モア・トレック社は 1971 年創業。NZ 最大都市オークランドを拠点とし、1 週間から 3 週間強に及ぶ長期のハイキングツアーを NZ 全国で展開。姉妹会社のファースト・ライト・トラベル社（以下、「FLT」）は 2001 年に創業したオンライン旅行会社。セルフドライブツアーとグループツアーを提供。2 社はオフィスフロアを共有。両社のコンサルタントを行うウェルズ氏、FLT 社のオーナー経営者であるナービー氏に、主に会社のオペレーションやマーケティングについてヒアリングを行った。FLT が創立した当初は、国内には 2 社しかオンライン旅行会社がなかったが、現在 25 名のスタッフを通年雇用するまでに成長。</p> <p>ウェルズ氏は、コンサルティング業を営む以前は、クライストチャーチをベースに日本人向けハイキングツアーを提供する会社を経営。自身もハイキングガイドとして活動していた。配偶者が日本人。日本の旅行業界にもあかるい。</p>
<p>2) 入職経路</p>	<p>●ガイドについて</p> <ul style="list-style-type: none"> - モア・トレック社のガイドの年齢は 50～60 代。顧客も同様の年齢層。 - 元教員等、ガイドではない仕事をしていた人も多数。 - “Soft adventure”をツアー商品としているため、テクニカルなハードスキルや特定の資格は必要ない (“Accessible for many people”)。NZ の自然、環境、マオリ文化等総合的な知識を有し、また、そのような知識を共有したい人が理想的な人材。第 2 種運転免許、救急救命スキルは必須。 <p>●リクルート方法</p> <ul style="list-style-type: none"> - 自社 HP の他、ソーシャルメディア、教育機関、口コミ - 顧客のネットワークも活用 (“Campaign for guides”)
<p>3) ガイドの雇用環境</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 季節雇用。50～60 代のガイドには、むしろ季節雇用の方が好まれる。
<p>4) ガイドのスキルアップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - トレーニングを実施し、運転スキル等もチェック。 (研修内容の詳細は不明) - 1、2 年前にガイド用のウェブサイトを開設した。ログイン ID とパスワードが付与されるもの。ガイドに有益なリソース、情報、連絡事項を掲載。ガイド同士の情報交換の場にもなっている。 - より経験のあるガイドが、経験の少ないガイドに“Mentoring”することも重要。ガイド同士でナレッジを共有し後継していく。
<p>5) ガイドの働き方</p>	<ul style="list-style-type: none"> - シーズナル。通年雇用を必要としない年齢層、経済状況のガイドを雇用。オフシーズンに従事している仕事内容の詳細は不明。

6) 資格取得のインセンティブ	- 未回答
7) 仕事に至るプロセス	<ul style="list-style-type: none"> ● オンライン旅行会社の仕組み - 自社 HP で直接集客している。ウェブサイト開発、維持、マーケティングにかけている経費と労力は相当と予測 (FLT の HP に関しては 1 日 US1,000 ドルかけているとの言及があった)。旅行会社、旅行代理店等の仲介者を經由した予約はほぼない。 - 数年前までは、TRENZ (年に一度開催される国内最大の旅行業トレードショー) や海外旅行会社との商談に出かけ経費をかけていたが、自社 Web サイトのみで予約を得ている。商談にかかる経費はウェブサイトの改善や広告にあてた方がよい。 - 1ヶ月に受ける問い合わせ数は平均約 470 件。17 名のスタッフでさばっている。470 件のうち、予約につながるのは平均約 110 件/月。顧客の平均年齢は 56 歳。ツアー料金の平均額は NZ14,000 ドル (航空券代は別)。ツアーの平均日数は 2 週間。ウェブサイト閲覧者のうち、実際に予約するのは 23.5%。良いセールススタッフが必要。顧客のニーズに応じた旅程、ホテル、アクティビティを提案する。FLT 社のウェブサイトは北海道の参考になるはず。ごちゃごちゃしているのはよくない。日本のウェブサイトによくみられる傾向。“Simple is better”。スマホやタブレット対応はマスト。 - オーストラリア、アメリカ、イギリス用のフリーダイヤルを設置。電話での問い合わせにも対応。 ● オンライン旅行会社のメリット - 仲介者を挟まない直接予約の方が、高い収益が得られ、“suitable”な顧客が得られる。 - ツアーや旅行に関する必要情報も直接提供できるため、高い満足度が維持できる。 - オンライン集客は必要なアクションがより迅速にとれる。 - 正確なデータが得られる。 - 止めたいときにすぐ止められる。
8) 統計データの活用	- Google Ads や SEO の統計を活用。
9) 人気のアクティビティ	- “Soft adventure”。50～60 代に好まれる“優しい”ハイキング、サイクリング、シーカヤック、ケービング、写真等。ただし、“Soft”という語句は顧客の前では使わないこと。米国ではサイクリングが“New golf”と言われているほど、富裕層のレジャーとして人気が高まっている。
10) その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 繁忙期に不足する職業従事者の就労ビザの緩和 夏に繁忙期に、観光業で特に不足する職業従事者 (スカイダイビングやスノースポーツのインストラクター) の就労ビザの取得の簡易化を講じている。詳細は移民局ウェブサイトへ。 ● 大手会社による吸収合併 (クイーンズタウンエリアの例) スキー場経営会社がミルフードやルートバーンでハイキングツアーを行うツアー会社を買収した例を言及。夏山ガイドの通年雇用が促進されたケース。

●オペレーション整備の前にマーケティングを！

顧客はどこから来るのか？オペレーションに必要な機材の購入、投資を行う前に先に考えておくこと。マーケティングを行わず、設備投資を先行して廃業した事業者も多い。ウェブサイトの制作は知り合いに頼んで安く済ませないこと。プロのウェブデザイナーが必要。日本人目線ではなく、欧米人目線でウェブサイトの構成、ことば選び、情報の掲示の仕方を考えること。同じ英語圏であっても、英米、各国明らかな違いがある。そのような違いも考慮すること（英国は安全性、米国は“Best holiday”を重視）。ガイドにスマートフォンを貸与し、ツアー中に撮影した写真をクラウドでアップロード、HPの写真ギャラリーに掲載し、ツアー中毎日欠かさず画像での情報発信を行なっている。顧客の満足度向上にもつながり、重要なマーケティングツールになっている。ガイドのユニフォームの色も写真の見栄えを意識して決めている。

●シニア層ガイドの取込

外資企業等に勤める英語話者に、セカンドライフとしてのアウトドアガイドを提案してはどうか？という意見があった。人生経験があるほうが顧客との話も盛り上がり、満足度も上がるようだ。特に米国の顧客は政治、文化、経済、宗教等幅広いトピックについて話したがる。日本人でなければ語ることの難しい内容。成功の鍵は“Good guides”。

●テーマ別ツアーの提案

高山植物、野生動物、温泉、ハイキング等、テーマに基づく旅程の企画が重要。ストーリーを伝える。ツアーごとの差別化を図る。

●旅行業法

英国の旅行業に従事していた経験をもつナービー氏から英国の旅行業法について言及があった。ライセンスの種類は日本同様3つあり、航空券の手配有無により分類され、ライセンス料が課せられるとのこと。宿泊手配に関する規制はない。ATは自然環境の中でリスクを伴う活動を行うため、小グループでなければリスク管理が困難。NZの場合、ツアーオペレーターは小規模事業者がほとんど。営業保証金が高ければ、事業の経営も、AT産業自体も成り立たないのではないかと意見があった。日本のような旅行業法整備がなくとも、NZは国外から高評価を得ている。評価の対象は個々の会社に向けられる傾向にある。近年はレビューサイトが充実しており、消費者はレビューや口コミをみて利用するかどうかの判断をしている。また公的な評価認証制度としてのQualmarkも参考にされている。

●インタビューの様子



(1) 実態調査事業 結果

2) 日本におけるアドベンチャートラベルガイドに関する実態調査

日本におけるアドベンチャートラベルガイドの実態、将来ガイドを職業として選択する場合の条件等を把握するために以下の3つの調査を実施。

- 北海道内外に居住するネイチャーガイド向けヒアリング
- 北海道内に居住するネイチャーガイド向けアンケート
- 将来ガイドを職業として選択する可能性のある人材向けアンケート

①北海道内外に居住するネイチャーガイド向けヒアリング結果

北海道内外に居住するネイチャーガイドからヒアリングした結果、以下のことが判明した。

【A ご自身の経歴・入職経路について】

ネイチャーガイドの経歴は多彩だが、大半の方は趣味がアウトドアスポーツであり、アウトドアでのアクティビティに関心があった人だった。事務や営業などの職種と違い、そもそも関心がないと入職することは難しい分野であることの証左と推察する。

入職経路は様々で特に共通するような目立った傾向はなかった。多くの人から出た言葉は「たまたま」「仕事の関係者に誘われた」「知り合いの縁で北海道に来た」「若いころのその地での経験・思い出が良かった」などの理由でガイドに入職することが多く、「ガイドになりたい」と自分自身で決めてガイド業を始めた方は少なかった。

学校を卒業してすぐにガイド業界に入職した方はおらず、様々な職業を経て辿り着く、というケースが主流だった。その中でも宿泊施設等に勤務し、自然に触れ合ううちに周囲からの声掛けによりガイドに入職したという方が二人いた。いきなり「専業」での入職より、最初は生計を別に立てる「兼業」からガイド業をスタートさせる方法も有効だと感じた。

【B 外国人観光客について】

北海道では中国、台湾等の東アジアからの観光客が多いとの結果だった。また外国人観光客の旅行形態として多く上がったのは「子連れ家族」だった。小さなお子さんと楽しめるアクティビティは特に人気が高かった。

外国人観光客に対するガイド料については別途料金を設けている事業所はなかった。阿寒 SIRI では外国人観光客向けに高額な特別メニューを設定したが、結果的に日本人客からの利用の方が多かったとのことで、メニューの内容次第では料金の高低に関わらずニーズがあることがわかった。高額だから売れないだろうと決めつけるのではなく、従来よりワンランク質の高い、新たなメニューを開発することが必要と感じた。

外国人観光客のリピート率についてはやや日本人より高い、または分析できていないという回答が多かった。自分自身が経験した楽しいことや感激したことを周囲の人に拡散し、共有したいという想いは外国

人の方が高く、慣習としても根付いていることが考える。

受入ルートのメインは自社のHPだった。このことから外国人観光客を増加させるためにはHPの多言語対応が有効であることがわかる。

外国人観光客を断るケースは一定数あり、その最大の要因は「人手不足」。人手不足は日本のほぼ全業種で叫ばれていることであり、この問題を解決するためにはこれまでの採用方法を抜本的に見直す必要がある。また「外国人だから断る、語学ができないから断る」というケースはなかった。語学ができない場合でも外国人観光客を排除するのではなく、身振り手振りで対応しているようだ。

(参考：北海道「平成 29 年度 北海道観光入込客数調査報告書」によると、平成 29 年度の訪日外国人来道者数は 247 万 6,100 人で、内訳は中国 23.9、韓国 22.9%、台湾 22.0%、香港 7.3%)

【C 活用しているガイドについて（採用・育成方法含む）】

採用方法はほぼ「人脈」という結果でした。友人・知人等の自らの人間関係のつてを探って周囲に「誰かいないか」と聞いていく中で「良い人を紹介してもらった」というパターン。いわゆる「リファラル採用：自社の社員等の人脈で採用情報を広めて、候補者を紹介・推薦をしてもらう方式、縁故採用の形態のひとつ」が似た形式が活用されているようだ。

雇用形態はフルタイム、正社員だけではなく、繁忙期の季節限定雇用やパートタイムでの雇用を実施しているケースが多々あった。主婦やシルバー（定年退職者）の空いている時間を活用しているようだ。「本来は正社員で採用したいが、業務量がフルタイムの一人分に見合うだけ確保できない」、または「人件費の負担が重い」という理由から「正社員採用は難しい」と判断されるケースも散見された。

新卒採用は正社員が基本であるため、前述の観点からも敬遠されているようだ。それ以外で新卒採用が進まない原因としては、ガイド等を育成する専門学校等の情報を事業所側が把握していないという点がある。この点については学校からも「求人情報が得られにくい」という声があがっていた。

採用の広報媒体は自社 HP が中心でした。ハローワーク等を利用しているという事例も一部にあり。

ガイドの育成方法としては OJT が中心で Off-Jt ではリスクマネジメント等を勉強させているようだ。ガイドの本場であるニュージーランドに連れて行き、学ばせているという事例もあり。

【ヒアリングした道内外のネイチャーガイド一覧】

<道内>	株式会社登別ゲートウェイセンター 代表取締役社長 阿部敏昭様 登別市登別温泉 26 番地バスターミナル内 TEL:0143-84-2200 FAX:0143-84-2301 E-mail:abe-t@noboribetsu.co.jp HP:http://gwc.noboribetsu.co.jp
<道内>	塘路ネイチャーセンター (有限会社アースサークル ネイチャーセンター事業部) 代表取締役 テディ齋藤様 上川郡標茶町塘路 北 7 線 86-17 TEL:015-487-3100 FAX:015-487-3101 E-mail:teddy@welcomenzn.com HP:http://www.dotoinfo.com/
<道内>	阿寒 SIRI (鶴雅リゾート株式会社 アドベンチャー事業部) 部長 高田茂様様 釧路市阿寒町阿寒湖温泉 4-6-10 TEL:0154-65-6276 FAX:0154-65-6010 E-mail:takada@tsuruga.com HP:http://tsuruga.com
<道内>	知床シンラ (知床自然ガイドツアー株式会社) 代表取締役 岩山直様 斜里郡斜里町ウトロ東 284 TEL:0152-22-5522 FAX:0152-22-5524 E-mail:nao@shinra.or.jp HP:http://www.shinra.or.jp
<道内>	有限会社ニセコアウトドアセンター 代表取締役社長 南重光様 虻田郡ニセコ町字曾我 138 TEL:0136-44-1133 FAX:0136-44-1800 E-mail:noc@noc-hokkaido.jp HP:http://www.noc-hokkaido.jp
<道内>	洞爺湖有珠山ジオパーク推進協議会 事務局員 大楽泰生様 虻田郡洞爺湖町栄町 58 番地 洞爺湖温泉役場内 TEL:014274-3015 FAX:0142-76-4727 E-mail:tairaku.taiki@town.toyako.lg.jp HP:http://www.toya-usu-geopark.org
<道外>	株式会社キャニオンズ 代表取締役 ハリス・マイケル・ジョン様 群馬県利根郡みなかみ町湯檜曾 45 TEL:0278-72-2811 HP:https://canyons.jp

②北海道内外に居住するネイチャーガイド向けヒアリング内容（詳細）

【道内ガイドへのインタビュー】

2018.9.11 10:40-12:00 登別ゲートウェイセンター

先方：阿部敏昭様（株式会社登別ゲートウェイセンター 代表取締役社長）

当方：キャリアバンク株式会社 田中希久代、北海道運輸局 佐藤彰也係長

1. インタビューした方の経歴・入職経路

白老出身、40代、男性。

①活動期間	通期
②活動地域	登別温泉地区
③対応可能語学	英語
④対応可能アクティビティ	自然散策
⑤事業所の収入	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイド収入は 6,000 千円/年、うち 5 割がナイトワーク ・事業所収入は 21,000 千円（2018 年度、東京商工リサーチ企業情報） ・現在道南バスから券売機の運営業務を受託しており、安定した収入があるためやっつけける
⑥ガイドになったきっかけ	<p>高卒で就職。24歳の時、製紙会社で事故に合い左手切断の怪我を負う。2年間入退院を繰り返し31歳までフリーター生活。その後温泉の清掃業務、キャンプ場でのアルバイト等を経て、たまたまアウトドアガイド養成講座を受講。キャンプ場を運営していた会社が登別でガイドの出張所を出すことになり、臨時職員として採用される。平成20年、関係者が資金を出し合い、合同会社を設立。その際出資者となり本格的に携わることに。平成24年7月メイン会社はその事業から手を引くことになり、自分が社長になった。平成28年組織再編を実施（リストラ等）した結果、平成29年から利益が上がるようになった。</p>

2. 外国人観光客について

①お客様のうち、外国人の割合	5%程度
②外国人観光客は年間人数	年間 200 人程度
③外国人観光客の主な国籍	中国、台湾
④外国人観光客（ガイドを付ける人）の最も多い旅行形態	30代、子連れ

⑤外国人観光客の主な来日シーズン	夏季、ただし春節も多い
⑥外国人観光客が好むアクティビティ	自然散策
⑦外国人観光客 1 組に対する平均ガイド日数	数時間
⑧外国人観光客一人当たりの平均ガイド料	日本人と同額程度 例：ナイトウォークはおとな 1,800 円、子ども 1,200 円
⑨外国人観光客のリピート率	集計したことはない、日本人客と同等程度
⑩外国人観光客の受け入れルート	国内旅行会社、国内手配事業者、自社 HP、専用サイト（ベルトラ、じゃらんが多い）
⑪外国人観光客を断るケース	断ったことはない

3. アドベンチャートラベルについて

①外国人観光客向け AT ガイドに必要な資質	コミュニケーション力	4
	英会話力	2
	専門知識	4
* 上記理由	英会話力はそれほど必要ではない	
②行政機関や HATA に求めること	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイド向け外国語スキルアップ講座の開催 ・団体客が来た時の支援体制（ガイド業者同士の横のつながり構築） ・情報提供（営業先等） ・業界関係者とのネットワークづくりの場の提供 	

4. 活用しているガイドについて

①人数（男女、年齢）	5 人、うち 2 人が英語で対応可能
②職歴、バックグラウンド	<ul style="list-style-type: none"> ・現在のガイドは全員パート、予約が入った時だけ稼働してもらう（海外からの予約は 1 か月以上前から入るため、予定が決めやすい） ・パートガイドは 40 代主婦で子供がいる人 ・ご主人の扶養範囲内で働いている（ご主人の職業は学校の先生や牧場勤務等） ・英語を勉強した経験等があり、英語を使って仕事をしてみたい人には最適な仕事と思う ・登別市事業で「コンシェルジュ養成講座」受講者で元バスガイドの人がいて採用した（採用方法として有効策）

③採用方法	・人脈（採用した人が友人を紹介してくれる等） ・新卒で採用するのは難しい（正社員という安定的立場での給与保障のハードルが高い）
④広報媒体	自社 HP、HW（色々な人が来てしまい選別が大変になる）
⑤採用時期は決まっているか	決まっていない
⑥採用人数は決めているか	決めている
⑦雇用形態	パート
⑧給与	時給
⑨手当	—
⑩副業を認めているか	パート社員は副業はしていない
⑪人材育成手法	・ガイドとして必要な資質は接客業に抵抗がない人。台本さえ作りこめば2か月程度の実践を重ねることで独り立ちが可能 ・コミュニケーション力があり、お客様の話を聞ける人なら良い（しゃべりすぎる人はNG） ・お客様が見ているモノをとらえ、それについて説明できる人が良い
⑫その他	・ガイディングは朝と夜に需要がある（夜専属のガイドがいる、主にリタイヤした方） ・無償のボランティアガイドは自己満足に陥りがちでガイドとしての品質の低下を招いている。もっと教育し、ガイド業のレベルアップを図る必要がある

【道内ガイドへのインタビュー】
 2018.10.3 10:30-12:00 塘路ネイチャーセンター（有限会社アースサークル）
 先方：テディ齊藤様（有限会社アースサークル 代表）
 当方：キャリアバンク株式会社 田中希久代、北海道運輸局 佐藤彰也係長、同 鷺田芹香様

1. インタビューした方の経歴・入職経路

東京出身、62才。男性。

①活動期間	通期、主に夏季、主に冬季、その他
②活動地域	道東、国外（ニュージーランド）
③対応可能語学	英語
④対応可能アクティビティ	自然散策、カヌー、キャンプ、釣り
⑤事業所の収入	23,000千円（2017年度、有限会社アースサークル、東京商工リサーチ企業情報）

⑥ガイドになった経緯	<p>東海大学在学中にスウェーデンへ留学。その後、アメリカへ渡りコロラド州立大学を経て、TIME INC. (タイム社、ニューヨーク) に入社。日本支社への異動をきっかけに退職、東芝を経て独立。</p> <p>Wild-ax Institute を設立。地域開発、空間開発、新規事業開発などのプロデュースを行う傍ら、趣味であったアウトドアスポーツを生かした自然体験学習プログラムを構築し、ホテル、キャンプ場、管理釣り場、サマーキャンプなどをプロデュース。また、執筆活動のほか、野外活動指導員育成コース (財団法人 余暇文化振興会) のインストラクターも行う。</p> <p>しかし、日本のアウトドアスポーツにおける教育、ビジネス環境の未成熟さを痛感し、バブルの絶頂期に意を決してアウトドアスポーツの本場ニュージーランドへ渡る。</p> <p>ニュージーランドにて Earth Circle Ltd. を設立。日本人観光者向けのフィッシングツアー、サイトシーンツアーを企画、催行する。</p> <p>7年間のニュージーランド滞在の中でニュージーランドスタイルの自然と人との共生、そしてその中における自然保護とビジネスとの関係を身をもって体験し、満を持して帰国。縁あって、北海道標茶町にお世話になることとなり、現在、同町、塘路にアウトドアツアーデスク「塘路ネイチャーセンター」、バーチャルインフォメーションセンター「道東インフォ」、ビジネスサポートセンター「アースサークル社」を設立。(HP より)</p>
------------	---

2. 外国人観光客について

①お客様のうち、外国人の割合	季節により違うが約 20%が外国人 (冬が多い)
②外国人観光客は年間人数	3,000~5,000 人
③外国人観光客の主な国籍	台湾、香港、シンガポール、上海 (北京は少ない) タイ、韓国、米国、豪州
④外国人観光客 (ガイドを付ける人) の最も多い旅行形態	子連れ、友人同士
⑤外国人観光客の主な来日シーズン	冬季
⑥外国人観光客が好むアクティビティ	カヌー、タンチョウ観察ツアー (トリップアドバイザーから入ってくる)
⑦外国人観光客 1 組に対する平均ガイド日数	平均は出しづらい
⑧外国人観光客一人当たりの平均ガイド料	日本人と変わらない 例: タンチョウ観察ツアー→7,500~10,000 円 (夏)、カヌーツアー→15,000 円、1 日コースのツアー等

	たくさんのツアーを作り、どんどん試している
⑨外国人観光客のリピート率	本人がレポートしてくれるというより友人を紹介してくれるパターンが多い(日本人より多い) 本人自体のリピート率は20%程度 (フィリピン・シンガポールでは当社は有名)
⑩外国人観光客の受け入れルート	自社HPがメイン、 ただしその分メールのやり取りが大変(メールで要望が来るため)
⑪外国人観光客を断るケース	・断ることはある 理由:日本人客で手いっぱいの場合(対応できる人員が不足のため)。外国人は相前から予約をいれてくるため、先に外国人で予約がいっぱいになってしまい、日本人客を受け入れられなくなる。 あまり早めに予約できないようにシステムを制御することでキャンセルを防ぎ、日本人を受け入れるようにしている。

3. アドベンチャートラベルについて

①外国人観光客向けATガイドに必要な資質	コミュニケーション力	4
	英会話力	3
	専門知識	3
*上記理由	どの力も必要	
②行政機関やHATAに求めること	周囲に20社ほどの業者がいるが、共生していく必要を感じている。 地域的にUIターンを後押ししている組織がないため、その役割を行政機関が担ってほしい。	

4. 活用しているガイドについて

①人数(男女、年齢)	4人、男性 これまで一緒に働いていた元の仲間に協力要請することもある 季節雇用をしている50代の方もいる(10月初旬まで、季節によって仕事を転々としている方)
②職歴、バックグラウンド	サラリーマン、テレビ局勤務経験者、釣りが好きな人、東京からUIターン組等 2007年くらいまでは夏の間だけアルバイトし、冬はスキーインストラクターや酒づくりに携わる人がいたが今はそのような働き方をする人は減った
③採用方法	自社HP。新卒は採用していない(本人は希望するが親が反対するケースが多いため)

④広報媒体	人脈
⑤採用時期は決まっているか	通期
⑥採用人数は決めているか	決めていない
⑦雇用形態	正社員：固定給として支給
⑧給与	期間雇用：①歩合制（委託形式）、②時給：最近は採用が難しい
⑨手当	—
⑩副業を認めているか	通年雇用している人で副業している人はいない
⑪人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> ・Off-JT：理論の説明 ・OJT：現場で指導、NZでの海外研修で学んでもらう、サービス受付の様子から見せる、自分で体験してもらう ・SD（自己啓発）：新しいプログラムを構築してもらっている、お客様のことを考えてコースを作成することが一番の成長につながると考えているため
⑫その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドに求めること＝表現力、訴求力、お客様に合わせた説明、心理学、対象者理解、洞察力 ・ガイドになれるのは3年（早くて2年） ・単に自然の中で仕事がしたいという人はダメ、人が好きでなければ続かない

<p>【道内ガイドへのインタビュー】 2018.10.3 15:00-17:00 阿寒 SIRI 先方：高田茂様（鶴雅リゾート株式会社 取締役 アドベンチャー事業部 部長） 当方：キャリアバンク株式会社 田中希久代、北海道運輸局 佐藤彰也係長、同 鷺田芹香様</p>
--

1. インタビューした方の経歴・入職経路

北見出身、59才、男性

①活動期間	通期、主に夏季、主に冬季、その他
②活動地域	道央、道北、道東、道南、道外、国外
③対応可能語学	英語、中国語、韓国語、その他
④対応可能アクティビティ	山岳、自然散策、カヌー、ラフティング、乗馬、キャンプ、釣り、サイクリング
⑤事業所の収入	—
⑥ガイドになった経緯	社長から海外事業部を作ってほしいと頼まれた

2. 外国人観光客について

①お客様のうち、外国人の割合	25%
②外国人観光客は年間人数	20人/月
③外国人観光客の主な国籍	中国、台湾、香港・・・フランス、イスラエルもいる
④外国人観光客（ガイドを付ける人）の最も多い旅行形態	・夫婦/カップル：欧米人、子連れ、友人同士（主に東洋人） ・ツアーとFITは50:50、FITが多い
⑤外国人観光客の主な来日シーズン	通期、旧正月（アジア）
⑥外国人観光客が好むアクティビティ	スノーシュー、トレッキング、釣り、サイクリング（マウンテンバイク、ロードバイク）、その他
⑦外国人観光客1組に対する平均ガイド日数	2-3日（日本人より長い）
⑧外国人観光客一人当たりの平均ガイド料	・ツアー例：雌阿寒岳登山 阿寒湖畔～阿寒富士～オンネトー（約10km）、1～2名様70,000円(税別)、所要時間約8時間 ・料金的に外国人対応用として設定したが、蓋を開けてみると日本人客が75%の割合 ・これまでせいぜい5,000円くらいのサービスしか売れないと考えていたが、60,000-70,000円のサービスでも十分に売ることがわかった
⑨外国人観光客のリピート率	・外国人客からの反応が良い。名刺をくれと言われることが多い
⑩外国人観光客の受け入れルート	・自社HP ・専用サイトOTA（エキスペディア、じゃらん、楽天等）
⑪外国人観光客を断るケース	断るケースはない。 外国人観光客について困っていることは今はない。料金が高いため質の悪い客はほとんどいない。外国人客はサービスを受けようと思ってくるからこちらの言葉に反応してくれる（日本人客よりはるかに反応が良い）

3. アドベンチャートラベルについて

①外国人観光客向けATガイドに必要な資質	コミュニケーション力	6-7
	英会話力	1
	専門知識	3-2
* 上記理由	・コミュニケーションが最も大事、ガイドはエンターテナー	
②行政機関	・ATの定義を明確にし、ガイドの条件を決めてほしい	

やHATAに求めること	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドが食べていけるようにしてサービス提供価格を決めてほしい ・ATTA のイベントで阿寒で釣れた魚の写真を見せたら「これはアラスカで撮ったのだろう」と言われ、信じてもらえなかった。もっと広報した方が良い ・ナチュリストと言われる人の中にモータースポーツを理解してくれなかったり、カヌーに保険をかけているのはおかしいという人がある。ナチュリストは収入が多くなっても良い、ぎりぎりの生活で十分という人がいて、どのように共存するかが課題 ・道東の自然は海外や道外の人からみたら特別。どのようにこの自然を生かすかをみんなでも考えるべき
-------------	--

4. 活用しているガイドについて

①人数 (男女、年齢)	4 人 (男性 3 人、女性 1 人) ガイド登録者は 12 名、うち 9 名が阿寒に住んでおり、4 名が稼働中
②職歴、バックグラウンド	<ul style="list-style-type: none"> ・女性：東京出身、観光業界の人材育成研修（世界のトップが教えていた）を受講済。大学の補助員経験あり。英語可能 ・男性：釧路から応募。元カメラマン。 ・男性：フィッシングガイド。帯広出身。
③採用方法	自社 HP、HW
④広報媒体	自社 HP、HW
⑤採用時期は決まっているか	決まっていない
⑥採用人数は決めているか	決まっていない
⑦雇用形態	正社員
⑧給与	固定/月給
⑨手当	—
⑩副業を認めているか	正社員採用の場合、今は副業を認めていない
⑪人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> ・OFF-JT：ATTA の基準に合うように教えている、リスクマネジメントと自己責任の話 ・1 年間くらいで立ち上がることができることが目標 ・ツアー受付時に聞かなければいけないこと等は整備している
⑫その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドの素養を持っている人かを見極めた上でトレーニングしている ・ガイドには自分の強み・特徴を持つよう指導している ・前田一步園に入れるのは資格付与された人だけ（2 年間の研修を受講し、阿寒に住むこと等の条件あり）、そのため資格取得を後押ししている ・自分の力だけで仕事したいという人の中には他の人と協働できない人がいる。自然が好きというだけではだめ。サービス精神が絶対に必要。

<p>⑬英語力について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・英語力はそれほど必要ない。問題はいかに楽しませるか。他の国に比べて日本人は英語力はある（学校で教えているため）。ロシアやブラジル人はまったく英語を話せないが、それでもどんどん外国人を受け入れている ・英語は中学・高校レベルで十分。それ以上を求めるので複雑になる ・当社でも英語研修を実施したことがあるが3か月で崩壊した（誰も来なくなった）。マニュアル導入も失敗した ・英会話は教えるものではない。ルー大柴作戦（片言の英語を会話の中に盛り込む）が最も効果的。言葉が通じたという自信がつけば自ら話し始める。 ・あるお年を召した方はDVDを見て気になる単語のメモを自分で作っていたが、それが一番わかりやすい。すべてのことを理解する必要はない。質問に回答できなくても日本語を使いながらジェスチャーでの対応で問題ない
-----------------	--

<p>【道内ガイドへのインタビュー】 2018.10.4 10:30-12:00 知床シンラ 先方：岩山直様（知床自然ガイドツアー株式会社 代表取締役）、岩山優子様（奥様） 当方：キャリアバンク株式会社 田中希久代、北海道運輸局 佐藤彰也係長、同 鷺田芹香様</p>
--

1. インタビューした方の経歴・入職経路

東京生まれ、50代、男性

①活動期間	通期、夏季（日本人が多い）、主に冬季
②活動地域	ウトロ
③対応可能語学	英語
④対応可能アクティビティ	ガイドウォーク、ナイトシアター、サケの遡上ウォッチング、釣り体験ツアー等
⑤事業所の収入	—
⑥ガイドになった経緯	<p>日本ナチュリスト協会で幼少の頃から自然に親しむ。</p> <p>目黒学院高等学校ではラグビーに汗を流し、酪農学園大学入学を機に北海道へ。卒業後、札幌で福祉団体職員やオーガニック関連の仕事に携わる。たまたま訪れた知床の魅力に取り憑かれ移り住み、ホテルのフロントマンとして生計を立てながら、山や森を歩き野生動物の写真を数多く撮るように…。1998年、その知床・ウトロでエコツアーガイド事業活動を行う(地区では専業としては民間初の事業所)網走管内認証第一号のNPOの創立</p>

	メンバーとなり、現代表。2012年、知床・羅臼で初の産業ガイド事業を行う会社の立ち上げに携わる。(HPより)
--	--

2. 外国人観光客について

①お客様のうち、外国人の割合	冬は半分が海外のお客様、グリーンシーズンは1割程度 年間で見ると3割
②外国人観光客の年間人数	30,000人(流氷ウォークだけで3,000人)
③外国人観光客の主な国籍	中国(特に上海、理由:大々的に広報されたため) その他は台湾、香港、韓国等
④外国人観光客(ガイドを付ける人)の最も多い旅行形態	子連れ家族、祖父母を伴った二世帯家族、友人同士、ご夫婦/カップル、若い友人同士のグループ(特に中国人に目立つ)
⑤外国人観光客の主な来日シーズン	冬季
⑥外国人観光客が好むアクティビティ	流氷ウォーク
⑦外国人観光客1組に対する平均ガイド日数	半日か1日
⑧外国人観光客一人当たりの平均ガイド料	ガイド料は日本人と同じ(流氷ウォーク@5,100) 外国人観光客はガイド料の上限を設定していない人が多い(富裕層が多い)
⑨外国人観光客のリポート率	集計したことはないが日本人と同じくらい(流氷ウォークはリポート率が高い)
⑩外国人観光客の受け入れルート	自社HP、旅行会社(ツアーでの参加)
⑪外国人観光客を断るケース	○断ったことがある 理由:人手不足 11月から予約を開始している(夏から開始すると海外からの予約が先行し日本人が予約できなくなるため) 流氷ウォークは最初は白い目で見られていた、その時の批判者は今は自分たちがサービスを提供している、最初は日本人(2割は海外、香港が多かった8割、台湾、韓国が続く、2010年くらいから中国が入ってくるようになった、いまは中国が多い、上海が多い、冬はアジアが中心) キャンセルを防ぐために事前確認の電話をすることもある

⑫その他外国人観光客に関すること	<ul style="list-style-type: none"> ・中国人観光客はバイタリティが違う、徹底的に調査してくる ・FIT が増えてきた、冬でもレンタカーを利用する ・雪や森に憧れている人が多い（上海、香港には雪がないため） ・1 週間や 10 日間の滞在は当たり前（子供の学校の休みも長いため） ・旅行を単なる休暇・遊びと捉えるのではなく「海外の文化に触れさせたい」という教育的見地を持っている
⑬その他	<p>知床の森には人間より強い動物であるクマがいる。緊張感を持って森に入ると人は野生に目覚める。ずっとしゃべっている人が大人しくなったり、何も話さなかった人が雄弁になったりする。普段出会ったことがない自分に出会える森である。</p> <p>ウォークが終わると泣き出すお客様もいる、そのくらい感動するのだと思う。</p> <p>カナダやアラスカに行ったことがある人（日本）が知床に来て、「ここでも同じようなことが体験できる」とリポーターになってくれる。</p>

3. アドベンチャートラベルについて

①外国人観光客向け AT ガイドに必要な資質	コミュニケーション力	3	9	5
	英会話力	2	0	0
	専門知識	5	1	5
* 上記理由	(3 人のガイドさんが回答)			
②行政機関やHATAに求めること	<ul style="list-style-type: none"> ・働きたい人（学生）とのネットワーク構築やマッチングの機会を提供してほしい ・現地でガイドを増やすなら住む場所を確保する必要がある ・北海道としての取り組みを見せてほしい（外国人はオール北海道で見ている） ・英会話力をあげるにしても学ぶ場所がない ・知識を習得するために小規模の業者を対象にする e-ラーニングの仕組みがあると良い ・他地域から知床までのアクセスが悪すぎる、公共バスや JR の本数も減っている、冬期間にバスを運行してほしい、 ・無償のボランティアガイドとはサービスの質が違うため、区別してほしい ・野性のキツネを抱っこしてコンビニに入ってきてしまう等のトラブルが起こっているため、必要な知識を広めてほしい 			

4. 活用しているガイドについて

①人数	<p>6 名</p> <p>外注しているガイドもいる（個人事業主、100%当社の仕事）</p>
②職歴、バックグラウンド	<ul style="list-style-type: none"> ・出身は本州が多い、 ・知床に 40 年住んでいる方もいる ・木彫り職人が自然ガイドをしている例がある

	<ul style="list-style-type: none"> ・キノ採り名人のガイドが活躍している ・英語ができなくても外国観光客の方から好評価を得ている ・服部さん：専門学校（名古屋）を卒業後入社、自己成長の力が強い ・畑谷さん：LLビーン（アウトドアブランド）で5年間の勤務経験がある
③採用方法	<ul style="list-style-type: none"> ・知り合いからの紹介してもらうことが多い ・知床まで面接に来てもらうことが難しいので論文を書いてもらっている、テーマはこれまでどれだけ自然にかかわってきたか等 ・人間とのコミュニケーション力は電話での会話や面接で確認する ・知床は生活をする上でのハードルが高いため、知床に住みたいという気持ちが強い人の方が続く ・新卒採用は条件が合わないため今はしていない
④広報媒体	自社 HP を見て応募してくる方が多い HW では集まらない
⑤採用時期は決まっているか	通年
⑥採用人数は決めているか	決めていない
⑦雇用形態	正社員か季節雇用アルバイト（冬季のみ） 社員育成・定着のために NPO 法人から株式会社へ移行した（20 年前）
⑧給与	固定/月給
⑨手当	宿泊施設として北こぶし（ホテル）と契約し、北こぶしの寮を借りている、
⑩副業を認めているか	副業している人はいない
⑪人材育成手法	OFF-JT：簡単なカリキュラムはある 2 年くらいで短い距離やバスの中でのガイドを一人で行えるようになる（ガイド内容により 1 年くらいでできることもある） ガイドをするまでに事務作業の経験が必要（例えば客がどんな気持ちで予約をするのか等を理解するために電話に出る等） 自然ガイドがしたい人の中には人への対応が苦手な人もいるが、人と向き合うことができないとガイドはできない
⑫その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドの高齢化が問題、20・30 代のガイドが少ない、今まで若手と言われていたガイドが 40 代後半になっている ・知床 5 湖へは環境省が付与している資格（クマへの対応方法）を保有しているガイドのみが入れる、資格取得には研修を受講する必要がある（内容はケーススタディミーティング、経験者による説明等）、現在資格保有者は 40 人弱 ・ウトロに住むところがないことが一番問題（地主さんが土地を手放さない）、

	そのため公営住宅を作って観光業に携わる人が住めるようにしてほしい（沖縄にはガイドが多いが、住むところがたくさんあるため住居に関する問題はない）
--	---

<p>【道内ガイドへのインタビュー】 2018.10.22 13:00-15:00 ニセコアウトドアセンター 先方：南重光様（有限会社ニセコアウトドアセンター 代表取締役社長） 当方：キャリアバンク株式会社 田中希久代、北海道運輸局 佐藤彰也係長、同 鷺田芹香様</p>
--

1. インタビューした方の経歴・入職経路

鹿児島出身、50代、男性。

①活動期間	通年
②活動地域	ニセコ地域
③対応可能語学	英語
④対応可能アクティビティ	カヌー、スキー
⑤事業所の収入	40,000 千円（2017年、東京商工リサーチ企業情報）
⑥ガイドになった経緯	カナダで勤務していた時、出会った人がニセコ出身者だった。カナダよりニセコの方が良いと誘われた。 当初は宿泊施設で働いていた（7-8年）が、その後この会社に入社。オーナーがいて、途中共同経営者になったが、オーナーは高齢の方だったので譲渡してもらった（10年前）。そこでニセコ町とのつながりが深まった。 ニセコは自然豊かな上に便利（札幌も近い）。

2. 外国人観光客について

①お客様のうち、外国人の割合	・夏は1割未満だが冬は95%が外国人
②外国人観光客は年間人数	・夏：210～240人、冬：550～820人、合計760～1000人程度 ・日本人客は年間3000人程度（7-8割は夏、修学旅行も含む→2,100～2,400人が夏、冬は600-900人）
③外国人観光客の主な国籍	東アジアからが半分以上、中国、台湾、マレーシア、インドネシア、シンガポール
④外国人観光客（ガイドを付ける人）の最も多い旅行形態	・小さなお子さん連れの家族（冬） ・大人数（家族とその友人たち等）

⑤外国人観光客の主な来日シーズン	冬
⑥外国人観光客が好むアクティビティ	・スノーシュー（雪中で遊ぶ、滑り台遊び、雪の中での写真撮影） ・イグルーづくり（2-3時間）、1日2-3組の受入れ
⑦外国人観光客1組に対する平均ガイド日数	半日（2-3時間）
⑧外国人観光客一人当たりの平均ガイド料	・ガイド料（単価）は日本人と同じ ・スノーシューネイチャーツアーは4,320円/人、2時間、催行人数2名以上、スノーシューと長靴、ストックのレンタル込、ティータイム付き、ウェアがない方は、1セット1620円で貸出可能
⑨外国人観光客のリピート率	・集計していないのでわからない ・冬と夏に来る人はいる
⑩外国人観光客の受け入れルート	HPが中心、旅行会社からの紹介はとても少ない（5-6件/シーズン）
⑪外国人観光客を断るケース	・送迎を要求される場合は断る（できないため） ・明らかに子供を預ける（大人は別の遊び）という目的はNG ・忙しさによっては断る ・完全予約制なので突然来る場合は断る ・予約を受けていても来ない場合はある（前金を入れてもらうことも検討中、ただし全体の1割以下の件数なので困っていない）

3. アドベンチャートラベルについて

①外国人観光客向けATガイドに必要な資質	コミュニケーション力	3
	英会話力	2
	専門知識	5
* 上記理由	専門知識であるリスクマネジメントは絶対に必要	
②行政機関やHATAに求めること	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道アウトドア資格の協会や道内のアウトドア協議会等の会議へ参加したいがなかなか日程が合わない ・学校とのつながり方を教えてほしい ・通常は働いている人が有給取得時等に副業する制度があっても良いのでは 	

4. 活用しているガイドについて

①人数	6人
②職歴、バックグラウンド	・都会で働いていて移住にあこがれ、結構な蓄えを持って来る人がいた（収入は日々の生活さえできれば良いという考え）

	<ul style="list-style-type: none"> ・プロのミュージシャンがいた（札幌等で演奏してたまにガイドの仕事をする、ニセコは音楽が盛んな場所のため演奏する場所・機会がある） ・ペンションを経営していたが今はリタイアしてガイドをしている人がいる ・農家の兼業ガイドはいない（忙しい時期が重なるため） ・農家のスキーインストラクターはありだと思う（冬場は仕事がないため、実際にたくさんいる、農家も専業は1-2割なのでは？） ・釣りのガイドはシルバー人材（60-70代）に依頼しているが、中には客への口の利き方がなっていない人もいる ・人づてで外国人を採用したことがある（ワーキングホリデー）、冬は宿泊施設で働いていたので夏だけ手伝ってもらった
③採用方法	口コミ（ネットワーク）
④広報媒体	なし
⑤採用時期は決まっているか	夏場が中心
⑥採用人数は決めているか	<ul style="list-style-type: none"> ・決めていない ・正社員を採用したいが人件費の問題があり難しい ・中途採用は接客業経験者が良い ・新卒採用でも条件さえ合えばOK （北海道エコ動物自然学校のカヌーガイドコースで教えていたことがある、学校とのつながりはあった方がよい）
⑦雇用形態	<ul style="list-style-type: none"> ・夏だけの契約社員 ・女性は主婦層（手が空いている時間に手伝ってもらっている） ・指導して育成する
⑧給与	契約社員は固定給
⑨手当	特になし
⑩副業を認めているか	副業している人がいる（11月と5月のみ水力発電所の清掃）
⑪人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> ・OJT：ベテランガイドと一緒に行動 ・OFF-JT：観光ガイド資格取得の勉強 ・カヌーガイドの育成には時間がかかる（リスクマネジメント等を学んでもらう、3-4年で1人前） ・自然散策は人によって知識量が違うが、トレッキングガイドのほとんどは最初から山の経験がある人から始めるので時間がかからないこともある ・釣りはそれほど難しくない
⑫その他	<ul style="list-style-type: none"> ・羊蹄山商工会広域連携協議会→要諦まちしるべ研究塾【まちしるベネタの本】羊蹄山地域観光ガイド研修テキストブック vol2 を活用している ・英語ができなくても半日（3時間）ならお客様も満足、長時間だともっと英

	語力が必要 ・世の中にフリーターがいなくなっているため、昔のように採用できない ・ナチュラリストについて：自然優先の考え方が正しい場合もあるが、ガイドとしては安全を優先したい（木の存在がリスク要因になるなら伐採した方がいいとは思う）
--	--

【道内ガイドへのインタビュー】 2018.10.19 9:00-10:00 先方：洞爺湖温泉観光協会 藤川清志主査、洞爺湖有珠山ジオパーク推進協議会 大楽泰生様 当方：キャリアバンク株式会社 田中希久代、北海道運輸局 佐藤彰也係長、同 鷺田芹香様
--

1. インタビューした方の経歴・入職経路

①活動地域	洞爺地区
②対応可能語学	—
③対応可能アクティビティ	ガイドツアー、教育旅行、防災視察・研修、自然探訪、カヌー、スノーシュー、遺跡・文化財解説、芸術鑑賞、サイクリング等
④事業所の収入	—

2. 外国人観光客について

①お客様のうち、外国人の割合	冬場は半分以上が中国人
②外国人観光客は年間人数	—
③外国人観光客の主な国籍	台湾、中国からが大半、ニセコから来る人は欧米人
④外国人観光客（ガイドを付ける人）の最も多い旅行形態	—
⑤外国人観光客の主な来日シーズン	冬季
⑥外国人観光客が好むアクティビティ	夏季はカヌー、冬季はスノーシュー
⑦外国人観光客 1 組に対する平均ガイド日数	数時間
⑧外国人観光客一人当たりの平均ガイド料	日本人と同じ 例：金毘羅遺構散策 一人 4,000 円、所要時間 1 時間 例：西山山麓火口散策 一人 5,000 円、所要時間 1 時間
⑨外国人観光客のリピート率	—

⑩外国人観光客の受け入れルート	—
⑪外国人観光客を断るケース	断る→理由：外国語を話せるガイドがない

3. アドベンチャートラベルについて

①外国人観光客向け AT ガイドに必要な資質	コミュニケーション力	
	英会話力	
	専門知識	
* 上記理由	該当しないため質問せず	
②行政機関や HATA に求めること		

4. 活用しているガイドについて

①人数（男女、年齢）	①有珠山ガイドの会：13名、高齢化してきている ②火山マイスター：52名、有珠山ガイドより年齢は若い、専業ではなく副業（ボランティア）
②職歴、バックグラウンド	・ホテル、旅館、土産物店の経営者 ・整体技師、教員、主婦、会社員等さまざま
③採用方法	ガイドとしての採用はしていない
④広報媒体	—
⑤採用時期は決まっているか	—
⑥採用人数は決めているか	—
⑦雇用形態	—
⑧給与	—
⑨手当	—
⑩副業を認めているか	無償ボランティアガイドなので副業している人が多い
⑪人材育成手法	—
⑫その他	・ジオパーク・パートナー制度に150名が登録している（将来ガイドをしたいと思っている方も含む、ホテルのフロント、バスドライバー等副業の方も多、アウトドアガイド一筋という人は少ない）、ガイド同士のネットワークがないため設立することになった ・ビジネス感覚に優れたプロガイドに講座の講師になってもらっている（講座内容：安全管理に比重を置いている、お客様目線・ホスピタリティ・エンターテインメント性が必要だと感じている） ・上記に対して無償のボランティアガイドは「自分」が話すことに興味があり、無料なのだからそこまでしたくないという感覚でいるようだ。そのため有償ガイドとは融合できないと感じている。

	<ul style="list-style-type: none"> ・火山マイスターはガイド技術を担保するものではない、マイスターの多くはボランティアガイド的でお客様目線でない人もたくさんいる ・専門知識を持っているかと言って良いガイドというわけではない ・火山マイスターを今後プロガイドとして認定する方向性ではない、あくまで減災教育 ・プロガイドから「火山マイスターが基本的なガイドとみられてしまう、もっと教育をした方が良い、ガイド活動をする人と教育活動する人を分けた方が良い」という意見がある
--	---

<p>【道外ガイドへのインタビュー】 2018.11.29 13:30-14:30 株式会社キャニオンズ 先方：マイク・ハリス（ハリス・マイケル・ジョン）様（株式会社キャニオンズ 代表） 当方：北海道運輸局 佐藤彰也係長</p>

1. インタビューした方の経歴・入職経路

ニュージーランド出身、40代、男性、ガイド歴25年

①活動期間	通年
②活動地域	群馬県中心
③対応可能語学	英語
④対応可能アクティビティ	川全般（キャニオニング、ラフティング等）
⑤事業所の収入	200,000 千円（2018年、東京商工リサーチ企業情報）

2. 外国人観光客について

①お客様のうち、外国人の割合	夏3割、冬9割
②外国人観光客は年間人数	18,000人
③外国人観光客の主な国籍	アジア
④外国人観光客（ガイドを付ける人）の最も多い旅行形態	FIT、教育旅行（アジアのインターナショナルスクール）、企業研修
⑤外国人観光客の主な来日シーズン	冬
⑥外国人観光客が好むアクティビティ	スノーシューなどの雪のプログラムが売りやすい
⑦外国人観光客1組に対する平均ガイド日数	FITは1-2日 教育旅行は5-7日間（宿泊施設を併設している）

⑧外国人観光客一人当たりの平均ガイド料	FIT は約 5-10 千円 教育旅行は 70-200 千円
⑨外国人観光客のリピート率	高い。リピート客には毎回レベルを上げて別メニューを提供（「次回来たら次のレベルに挑戦できる」と案内してまた来てもらう）
⑩外国人観光客の受け入れルート	自社 HP、観光協会の体験旅行部門、 プロモーションビデオを作り、SNS や Google 等でデジタルマーケティングを自社で行っている
⑪外国人観光客を断るケース	なし

3. アドベンチャートラベルについて

①外国人観光客向け AT ガイドに必要な資質	コミュニケーション力	4
	英会話力	2
	専門知識	4
* 上記理由	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニケーション力と専門知識はセットと考えている ・英会話力は体験だけなら最初の注意事項のみで足りる ・ストーリーを語らないといけないうメニューでは英語は必須 	
②行政機関や HATA に求めること	<ul style="list-style-type: none"> ・国際基準を満たしたガイドの統一基準、資格が必要 ・なぜならレベルの低いガイドが増えるとダンピングが起きるから ・日本人ガイドのなり手が少ないのは、サービスの値段が下がって給料が安くなっているから。20 年前の日本は給料が高かったため、海外出身のガイドにも勤務地としての日本は人気があった。 ・国際基準を満たした NZ の専門学校を誘致したらよい 	

4. 活用しているガイドについて

①人数（男女、年齢）	夏：50 人、冬：120 人（外国人ガイドが 3/4）
②職歴、バックグラウンド	北半球と南半球を交互に行き来している外国人ガイドが多い。 （彼らをエンドレスサマー、エンドレスウインターと呼んでいる） 世界で活躍するトップガイドも多い。（キャニオンのブランド力により集めることができる）
③採用方法	コネクション（NZ や世界中の知り合い）、毎年 50 名の応募がある。
④広報媒体	—
⑤採用時期は決まっているか	決まっていない
⑥採用人数は決めているか	世界の最新トレンドを知るために、毎年 5 人は新しい人材を入れるようにしている。
⑦雇用形態	通年、季節両方

「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業に係る調査」業務
(アドベンチャートラベルの推進に係るガイド育成に関する実証事業)

⑧給与	—
⑨手当	—
⑩副業を認めているか	ガイド専門が多い
⑪人材育成手法	未経験者採用→国際基準（NZ の基準）を満たしたトレーニング→試験→OJT→評価で合格→ひとり立ち（短くて3ヶ月、長いと2年かかる） ひとり立ちしてからも NZ に行かせて資格取得をさせている
⑫その他	海外のインターナショナルスクールを受け入れたいなら、全て（リスク管理、備品、食事等）において国際基準が求められるので、アウトドアガイドの専門機関の監査を受けるとよい。（NZ にもある）

③北海道内に居住するネイチャーガイド向けアンケート調査結果

●アンケート調査概要

対 象 者	北海道知事認定 北海道アウトドアガイド資格 保有者
アンケート方法	アンケートを郵送、回答方法は以下の3パターン ①FAX ②同封の返信用封筒による郵送 ③専用サイトへアクセス
送 付 数	367件
回 収 数 / 率	128件/34.9% ①FAXでの回答 18件(14.1%) ②封書での回答 78件(60.9%) ③専用サイトからの回答 32件(25.0%)

●アンケート調査結果

1. 回答者の概要

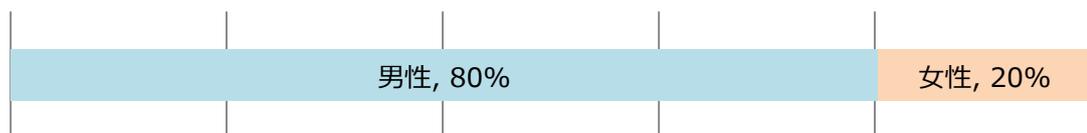
(1) 年齢

40代、50代の合計で5割程度ですが60代、70代も一定数いる。



(2) 性別

男性が8割。女性25名のうち2名以外は事業所に所属している。



(3) ガイド歴

15年以上のベテランが4割を占める。



(4) ガイド業

6割の方が兼業している。ガイド業を専業している方は3割強。

兼業している方の主な職業は会社員、公務員、飲食店経営、酪農、農業、建築、獣医師、スキーインストラクター、写真家等。



(5) 主な形態

2/3の方がガイド業務を有償で行っている。有償・無償を使い分けている方は1割。



(6) 活動形態

回答者のうち、個人で活動している方と法人として活動している方の割合はほぼ半数。



(7) 活動期間

6割強の方がガイド業を通期で行っているが、夏季のみという方も3割強います。ただ冬季のみという方は少ない。



(8) 活動地域 (複数回答可)

回答者の半数以上が道東で活動している。



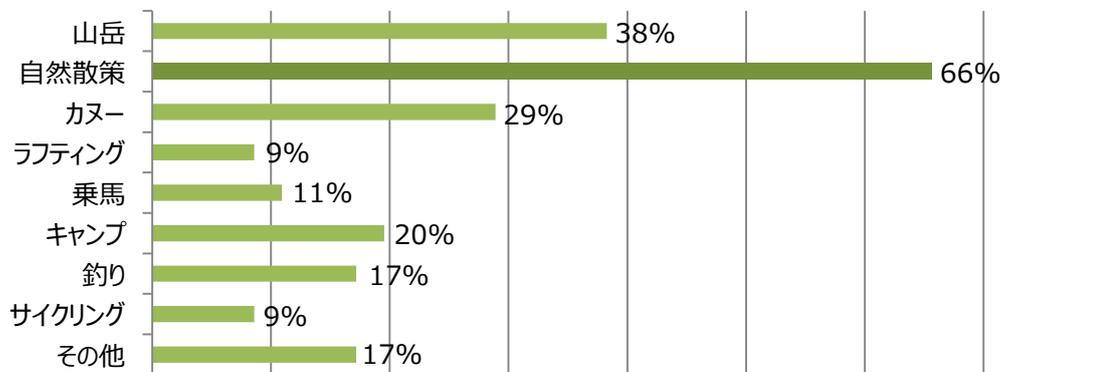
(9) 対応可能語学 (複数選択可)

英語対応できる方が3割強いるが、外国語対応できない方も6割弱いる。中国語が出来る方は3名(うち2名は英語も可能)。その他に「アイヌ語」の記載あり。



(10) 対応可能アクティビティ (複数選択可)

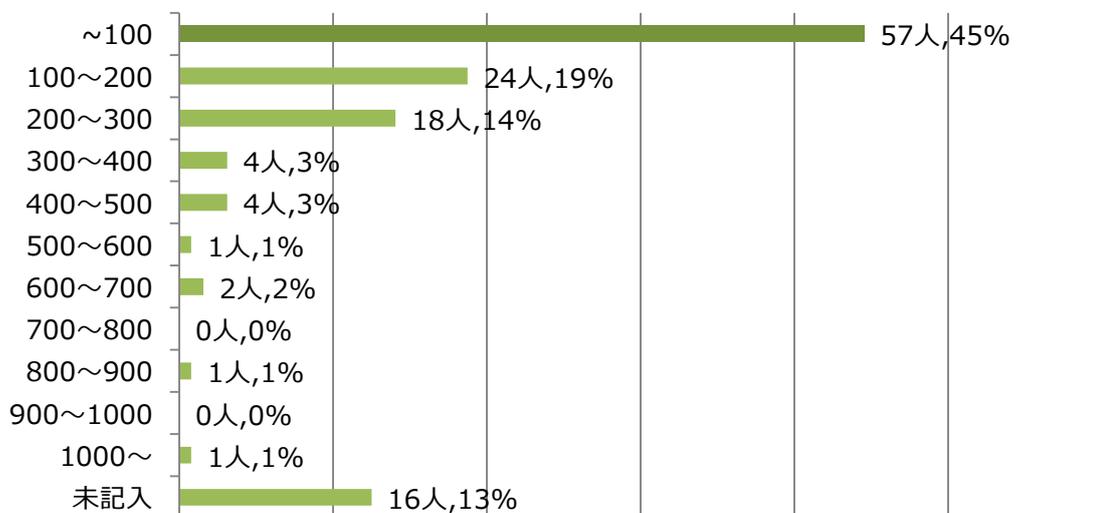
2/3の方が自然散策を選択。その他はバードウォッチング、スキー、写真撮影等。



(11) 昨年度のガイド業の収入 (単位: 万円)

45%の方のガイド収入は100万円未満。300万円未満までで78%。

1000万以上を選択した方は(1名)ガイド歴15年以上、60代男性で兼業でカヌーを製造販売しているため、その収入が含まれている可能性あり。

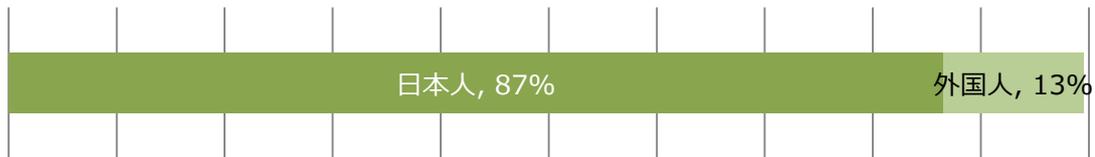


2. 外国人観光客について

(1) お客様のうち日本人と外国人の割合 (10 を基準として)

日本人観光客と外国人観光客の割合は 8.7:1.3。

外国人の割合が半数以上と回答した方が 7 名。そのうち未回答の 1 名を除いて 6 名の方は対応可能語学を「英語」と回答。



(2) 外国人観光客の年間対応人数

有効回答 77 名のうち、外国人観光客の数が 100 名以上の回答は 17 名 (22%)、10 名以下の回答も同様に 17 名 (22%)。

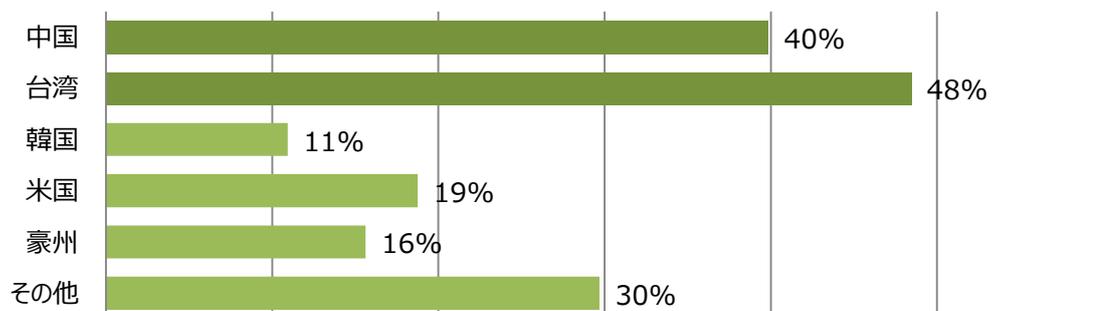
100 名以上の回答の多くが下記質問 (外国人観光客の主な国籍) について中国、台湾と回答。このことから中華圏からの観光客に対しても英語で対応していることが推察できる。

(3) 外国人観光客の主な国籍 (上位 3 つ)

台湾・中国からの観光客が多い。

北海道が発表しているデータによると平成 29 年度の訪日外国人の国・地域別の割合は中国 23.9%、韓国 22.9%、台湾 22.0%。このことから鑑みるに韓国からの観光客がガイドを付けて観光するという事例が他国・地域と比較して少ない可能性あり。

「その他」については香港、シンガポール、東南アジア、フランス、ヨーロッパ等の回答あり。



(4) 外国人観光客の最も多い旅行形態

夫婦が 30%、子連れと友人同士が 21%、個人が 18%という結果。「その他」の回答はツアー、団体との記入あり。



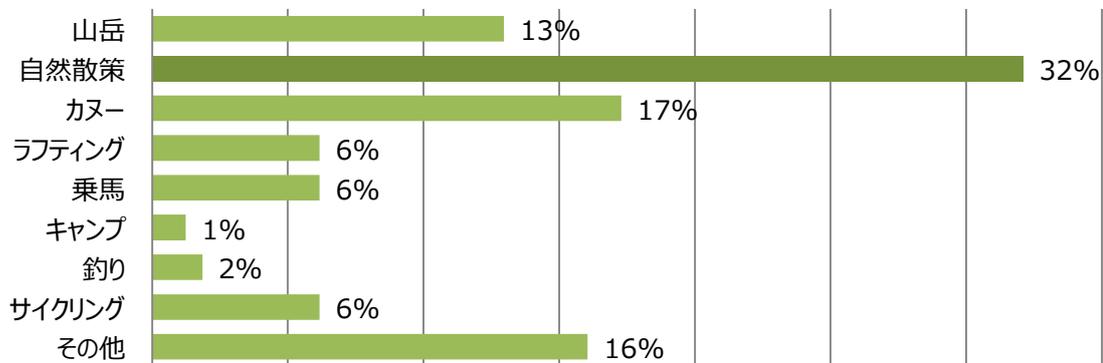
(5) 外国人観光客の主な来日シーズン

夏季が最も多く(45%)、通期が33%。外国人観光客は冬季より夏季に多く来ている。



(6) 外国人観光客の好むアクティビティ(複数回答可)

回答者の32%が「自然散策」を選択。その他の回答としてはバードウォッチング、スキー、エアトリップ等。



(7) -1 外国人観光客1組に対する平均ガイド日数

有効回答72件のうち、1日以上との回答は18件(25%)。1日または0.5日という回答が3/4。

(7) -2 日本人客への平均ガイド日数

有効回答78件のうち、1日以上との回答は25件(32%)。上記外国人観光客の平均ガイド日数より多い結果となったが、顕著な差は見られなかった。

(8) 外国人観光客への一人当たりの平均ガイド料

外国人観光客の一人当たりの平均ガイド料は日本人と同等の回答が9割弱。

有効回答58件の平均ガイド料は9,474円でした。10,000円以上との回答は24件(41%)で半数以上が10,000円以下と回答。



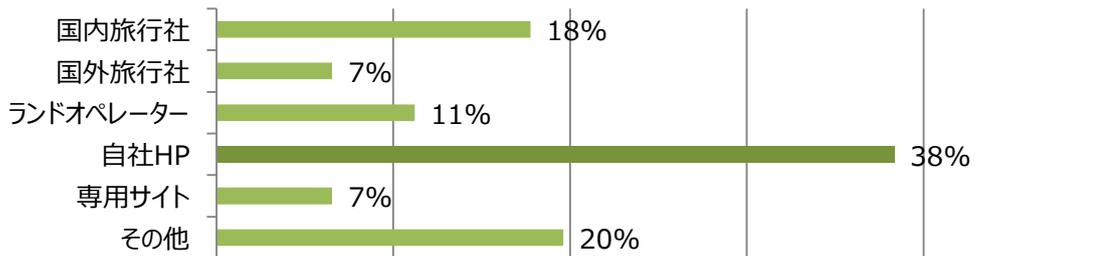
(9) 外国人観光客のリピーター率

日本人客と比較してレポートしてくれる又は友人等を紹介してくれる確率は「同じ」との回答が33%。「その他」については「レポートはとて少ない」との回答が目立った。



(10) 外国人観光客の受け入れルート

自社 HP という回答が最も多かった。「その他」については口コミ、SNS、友人等からの紹介、宿泊しているホテルからの紹介があり。



(11) -1 外国人観光客を断ったことがあるか

有効回答 97 件。回答の約半数は外国人観光客を断ったことがあることが判明。



(11) -2 昨年度、外国人観光客を断った件数

有効回答 89 件の平均件数は 4.6 件。100 件と 150 件との回答があり、平均数値を押し上げている可能性あり。断った件数は 1-2 件との回答が圧倒的に多かった。

(11) -3 外国人観光客を断った理由

有効回答 55 件。外国人観光客を断った一番の理由は「人手不足」であり、「語学に対応できなかった」との回答を上回る結果となった。



3. アドベンチャートラベルについて

(1) -1 外国人観光客向けアドベンチャートラベルガイドを目指す人に必要と思われる資質

(A.コミュニケーション B.英会話力 C.専門知識の3つの能力を【10】を基準に配分した場合)

有効回答数 82 件。「コミュニケーション」が必要との回答が半数を占めた。「英会話力」と「専門知識」では前者の方がやや上回った。



(2) 行政機関や HATA (北海道アドベンチャートラベル協議会) に求めること

【A.教育・研修制度の充実について】

- ・行政としてガイド育成の為の助成システム
- ・事業推進に向けて、能力のレベルアップを目指せるよう、セミナーや講習、教育訓練を実施してはどうか。
- ・教育をどのように行っていくのか知りたいです。
- ・スキルアップの講習や、試験、更新への経済的補助
- ・行政が英会話力の向上のために講習会を定期的実施を期待します。
- ・英会話力を身につけるための勉強会、研修会などを回数を多くし、低料金で受講できるよう行政のバックアップが欲しいです。
- ・英会話研修
- ・各国からの旅行者に対応できる育成
- ・賠償保険の取次対応、英会話向上プログラム・翻訳機（電波不要）
- ・通訳同行などが一番やりやすいので通訳を案内するツールが欲しい。
- ・今までは英会話のできる東京在住の義娘に旅費を払って北海道に来てもらい通訳をしてもらっていましたが、今冬からは移住してくるので外国人ガイドに力を入れていきたい。リスクマネジメントで外国人の保険や責任賠償等についての知識を得たい。
- ・観光英会話教材や教室、講習会など
- ・文化の違いをお互い知る必要がある。
- ・学びの場を設けてほしい。只今起業準備中です。
- ・観光、ガイド関係の勉強会等があればメールなどで各ガイドに発信していただければと思います。
- ・外国人慣れる場を設定する という事でしょうか

【B.インフラや制度の整備について】

- ・山岳、ハイキングコースにおけるサインボード、トイレ etc などのインフラ設備の充実。
- ・ガイドフィールドが主に河川で、ダム放水による増水やにごり、立ち入り禁止のダムなど、ガイドフィールドをもっと広げるために協力してほしい。
- ・もっと英語の入った看板や案内を増やしてほしい。
- ・ニュージーランドの DOC (自然保護局) のような取り組みが必要。新規参入を制限するような取り組みは不要。
- ・行政機関には専門部署を組織していただき、HATA と事業と足並みをそろえて調整役になっていた

だきたいと思います。

- ・JR(宗谷本線)、利尻空港、離発着便の増加(夏季)等、インフラの拡充
- ・英会話力がないので苦労しているがコミュニケーション力で何とかやっていると。相手も努力して楽しもうとしているので助かっています。業界紙とまでは行かないが遭難や事故などあった場合など原因や注意点などまた外国人旅行者の苦情など知ることの出来る様な季節の情報が欲しい。
- ・災害時にホテルなどに救済があったが、この業界にもなにかあったらと思うことがあった。
- ・ガイド自家用車での運搬移動の有償化に向けた法的設備。
- ・運送業法の規制緩和
- ・契約やクレームなどのサポートが必要。通訳がなければできない。
- ・私にとって、外国人観光客はとても大事なお客様です。しかし、いつも一番問題になるのは合流前の連絡手段や現地までの交通等の壁の高さです。
- ・国内のガイドライセンス不保持者の排除。かなりの外国人ガイドカンパニーに流れています。富良野だとガイドだけでも少なくとも7~8000万の流出になっています。
- ・外国人のお客様に対応するマニュアルが必要かと思われます。
- ・個人ガイドが極東の端、北海道の自然を世界の方達に友好的で親密なガイドをするためには、極端な規制が多すぎます。知床のガイドは他社ガイドを排他的に扱う行為はきわめて遺憾に感じます。
- ・バスなど公共交通機関の充実。
- ・英語ガイドを配置するためのイニシャルコストへの支援
- ・我々には他地区での成功例や失敗例、事業所間の連携の効果等の情報フィードバックが必要だ。
- ・外国人観光客とつないでもらうシステムと英語教育もしくは通訳手配
- ・ガイドの資質は完璧でなくとも、人と人との関係だから、片言の会話でも、「ホスピタリティーさえ感じてもらえれば」問題は起こらない。ごく普通の人でも十分にガイドはできる。それより利用者が気軽に現場を訪問してもらえる環境作りが先決。

【C.広報・観光客への情報提供等について】

- ・地域によったガイドの紹介
- ・宣伝、紹介、総合的なHP
- ・国外向けの宣伝(出来るだけ正確な)等
- ・パンフレット、リーフレットの類を沢山発行して下さい。
- ・受け入れ態勢がないのに、集客やPRばかりするのは止めるべき。
- ・北海道のアウトドアについての多言語による独自の魅力や利用する際の窓口及び専門情報の提供
- ・トラベラーに対しての情報発信 飛行機の機内誌とか
- ・遅刻は厳禁等の基本的なマナーを、海外のお客様に広報して欲しい。
- ・アジア圏からの観光客における自然保護に対する重要性の意識付け強化
- ・総合的な情報発信の仕組み
- ・観光客は全員がPCや携帯電話で情報を収集してやってくる。地域ごとのアドベンチャートラベルの

詳細情報欄が必要だ。

- ・持続可能な企画を是非検討していただきたい
- ・ATTA 推薦の事業所やガイドリストの作成。北海道における AT 事業者のとりまとめ。各旅行会社への AT 事業所、ガイドの存在の発信。
- ・ゲストが何を求めているかをきっちりつかんでほしい。日本食、着物や忍者といった和の文化を求められると内地に勝てない。

【D.北海道アウトドア資格について】

- ・北海道アウトドアガイド資格の重要性を強調してほしい。例として北海道のガイド業者（公的な組織も含む）は、必ず有資格者を 1 名以上配置することを条件として、ガイド業を認定する等。
- ・アウトドアガイド資格の道民への周知活動
- ・資格保有者と無資格者どう差をつけているのか誰でもガイドが出来る現状をどう変えていくのか明確にして欲しい。
- ・北海道アウトドアガイドの認知度が低い、PR 必要。

【E.ガイド間の情報共有・ネットワーク構築について】

- ・公演や講習など専門的すぎるし、地域にかたよりを感ずります。個人でも旅行会社やランドオペレーター等とのつながりが持てるような企画をお願いします。
- ・ガイドや観光業を結ぶネットワークづくり
- ・この調査結果をフィードバックして欲しい。他、今後できる限り外国人観光客を受入れたいので（個人事業者として）情報を共有して欲しい。
- ・各地のツアー内容の情報提供
- ・情報共有
- ・会議への参加、観覧をさせて欲しい。現場との距離、協力体制があれば次の展開がわかりやすい。
- ・調査の結果の情報を提示

【F.その他】

- ・アドベンチャートラベルの意味がわからない。必要性ある？それぞれの専門性を磨いて行くことが重要、客が魅力のあるものを選ぶだけ。
 - ・外国人ガイド（スタッフ）の雇用の斡旋
 - ・外国人だから、日本人だからと考えたことはない。いかにいいサービスを提供できるか！？
 - ・設問 1-12 は収入ではなく売上にすべきである。
 - ・全てが必要であるが乗馬の場合は動物（馬）が入るので馬とのコミュニケーションをどう取るかである。日頃、日本語で馬に指示しているのに外国語を使って馬をコントロールが出来るだろうか、突発的な事にお客とガイドが意思が通じるか？
- 私は永い事資格を持ってやってきたけど、世間的にこの制度、資格の事を知らない人があまりにも多す

ぎると思う。私は事あるごとにもっとピーアールすべきと提案しているが、そのような動きは見た事と聞いた事はない。更新時の講習会においても金額が高いただけでまったく無意味と思う。やらなくてもいいとは思ってはいない、もっと内容を良くしなければ、資格などなくても商売が出来る今日であればなおさらであると思う。

※私からの提案であるがガイドの仕事をする時はバッチを付けるとか腕章を付けるとか区別を付けないとダメではないかと思う。リスクマネジメントはどうなるのか、死亡、障害が起きたときの責任問題はどうか、そこが問題だと思うヨ！

・夏の間、管理人として勤めているため、ガイドはしておりません。H31,3月でガイドの資格を更新致しません。なので回答はすべてする事ができません。回答不十分で申し訳ありません。

・自分は調査の対象外の様であります。すみません。

・日本人ガイド付きの見学、乗馬が対応しやすい

・当社の受入態勢とは違うタイプの旅行ですが、これからは、このような旅行が増えるのでしょうか…。当社の対応には課題が多いと思いました。

・～トラベル、～ツーリズム…増えると旅行者も戸惑う。シンプルに！

・旅行者側が受身（ガイドの解説に依存）で大丈夫なツアーと旅行者側も積極的に受け止めよう（参加したい理解し合いたい）とするツアーがあるように思います。私が行っている自分で漕ぐカヌーツアーの場合は、参加者側の積極的な関わりが重要で、それは英語力を越えたコミュニケーションとなりますので、ニーズは限られているように思いますし、自分の対応できる範囲としては現状で満足している状況です。例えば、カヌーでもガイドでの漕ぐカヌーに同乗して景色を楽しむツアーは、英語で話し伝えるガイドが増え、来訪者にPRしていけば、需要は増えていくと思います。

④ 将来ガイドを職業として選択する可能性のある人材向けアンケート調査結果

● アンケート調査概要

学校名	アンケート実施日	件数
北海学園大学人文学部/経済部		
①実証実験参加者 12 名	平成 30 年 7 月	12 件
②一般学生向け	平成 30 年 12 月 18 日	109 件
1 年生 43 名、2 年生 51 名、3 年生 19 名、4 年生 8 名		
北海道工コ・動物自然学校	平成 30 年 10 月 9 日	93 件
1 年生 50 名、2 年生 43 名		
札幌科学技術専門学校	平成 30 年 12 月 3 日	54 件
1 年生 30 名、2 年生 24 名		
	合計	268 件

● アンケート調査結果

1. 現段階で将来、AT ガイドになる(なりたい)気持ちはどの程度ですか？

全体の 72%が「とても弱い」「弱い」「どちらかという弱い」と回答。

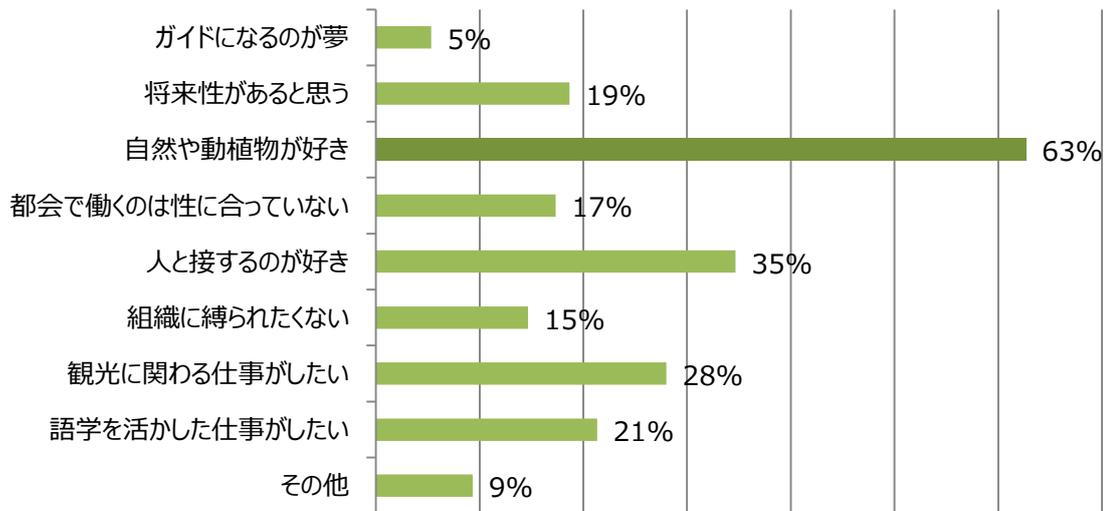


2. 上記質問で「とても強い」「強い」「どちらかという強い」を選択した理由は何ですか？

(最大 3 つまで)

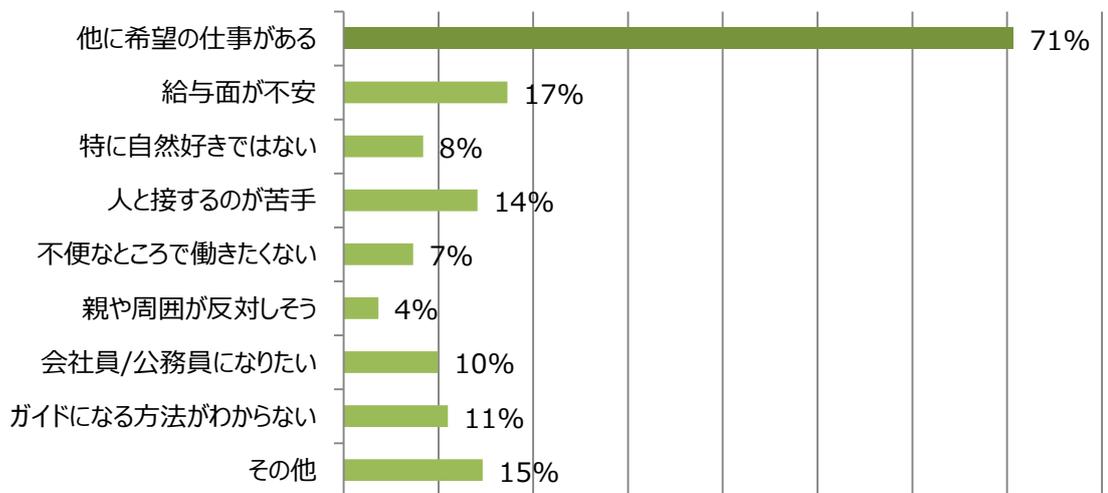
最も多くの回答は「自然や動植物が好きだから」で AT ガイドが自然や動植物との関わり合いの強いしごとであることは理解されていた。

「その他」の回答は「ワンダーフォーゲル部の知識を生かせそうだから」「説明するのが好きだから」「何よりも楽しそうだから」「体験してみても面白いと感じたから(実証実験参加者)」等。



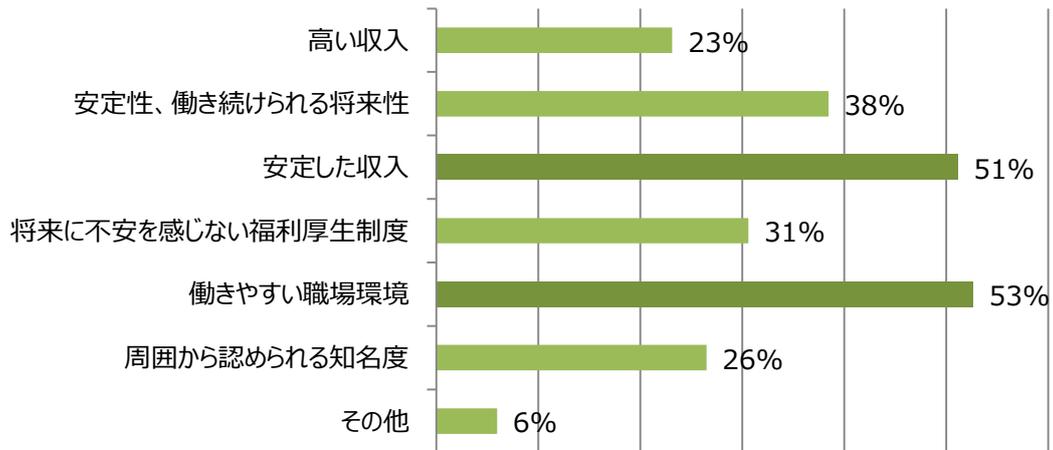
3. 上記質問で「とても弱い」「弱い」「どちらかという弱い」を選択した理由は何ですか？
 (最大3つまで)

最も多くの回答は「他に希望の仕事があるから」、また「給与面が不安」という回答が17%。
 「その他」の回答は「仕事のイメージができない」「仕事の内容がわからない」「英語が苦手」等。



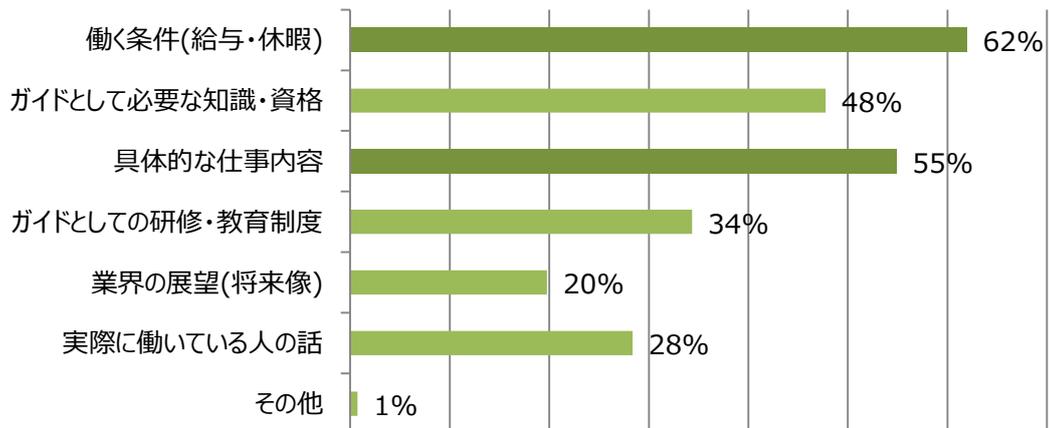
4. ATガイドの仕事が魅力的に感じるために整備すべき条件とは？ (最大3つまで)

半数以上の学生が選択したのが「安定した収入」と「働きやすい職場環境」。前者は最近の学生の安定志向の表れ、後者はハラスメント問題へのアレルギー、ブラック企業敬遠のためと推察。



5. AT ガイドの仕事を選択肢に入れるために必要な情報は何か？（最大 3 つまで）

最も多かった回答は「働く条件（給与・休暇）」。また「具体的な仕事内容」も上位に挙がっており、AT ガイドの仕事の内容の明示や社会的な地位の獲得（給与・休暇の保障等）が必要であることがわかった。



(2) 実証実験事業 結果

1) アドベンチャートラベルガイドの育成とモデルコースに関する実証実験

アドベンチャートラベルを目的に来道する外国人の受入体制の構築に向けて、以下の3つの事業を実施。

- ①ガイドを行ったことがない人にもハードルが低いモデルコースを作成
- ②日本人学生により留学生を対象としたガイドの体験会（実証実験）を開催
- ③体験会（実証実験）に参加した日本人学生と留学生を対象にアンケートを実施

①ガイドを行ったことがない人にもハードルが低いモデルコースを作成

北海道アドベンチャートラベル協議会（HATA）会長 荒井一洋氏からの意見を参考に以下のモデルコースを作成。

■大雪山 旭岳 散策コース

旭岳 山麓駅から姿見駅までロープウェイで移動後、1周約 1.7 キロ、所要時間約 1 時間のコース



②日本人学生により外国人留学生を対象とした実証実験の開催結果

日 程	平成 30 年 8 月 9 日 (木) - 8 月 12 日 (日)
場 所	北海道 上川郡 東川町
参加日本人学生	北海学園大学の学生 12 名 1 年生:7 名 2 年生:2 名 3 年生:1 名 4 年生:2 名 男性:6 名 女性:6 名
参加外国人学生	東川町立日本語学校の学生 12 名 ウズベキスタン:6 名 タイ:3 名 台湾:2 名 モンゴル:1 名 男性:4 名 女性:8 名 年齢:19 歳 2 名 20 代 9 名 66 歳 1 名
概 要	日本人学生が外国人観光客に見立てた外国人留学生に対して、英語でモデルコース (旭岳) をガイドする
スケジュール	
8/9 (木)	<ul style="list-style-type: none"> ・日本人学生 12 名は JR 札幌駅集合 (JR にて旭川へ移動、旭川から貸切バスにて東川町へ移動) ・東川町の宿泊旅館の食堂にて昼食 ・NEAL リーダー (自然体験活動指導者) 講習 ・旭川市内のホテルに宿泊
8/10 (金)	<ul style="list-style-type: none"> ・NEAL リーダー (自然体験活動指導者) 講習 ・旭岳モデルコース視察、終了後フィードバック (反省会) ・夜はナイトハイク ・東川町内の旅館に宿泊
8/10 (土)	<ul style="list-style-type: none"> ・NEAL リーダー (自然体験活動指導者) 講習 ・外国人留学生向けに英語でガイドをするための資料、スクリプトの作成、ロールプレイング (実践練習) ・東川町内の旅館に宿泊
8/12 (日)	<ul style="list-style-type: none"> ・日本人学生と外国人留学生が合流し、旭岳モデルコースにて実証実験 ・外国人留学生は東川町にて解散、日本人学生は JR にて札幌へ移動 ・日本人学生は札幌駅にて解散

* 日本人学生が NEAL リーダー (自然体験活動指導者) 受講する目的: ガイドに必要な最低限の知識を習得させるため

●NEALリーダー講習の様子（大雪山自然学校）



●モデルコースでのガイドング内容を検討する様子



●モデルコース視察の様子



●モデルコース視察後の反省会の様子



●モデルコースのガイドング方法の検討・実践練習している様子



●実証実験の様子



●実証実験後の反省会の様子



●札幌駅での解散の様子



③実証実験に参加した日本人学生と外国人留学生向けアンケート結果

●アンケート概要

対 象 者	体験会に参加した日本人学生 12 名、留学生 12 名
アンケート実施日	平成 30 年 8 月 12 日 (日)

●日本人学生向けアンケート結果

1. 実証実験後、AT ガイドのイメージに変化はありましたか？

すべての学生が実証実験に参加後、AT ガイドのイメージが「とても良くなった」「良くなった」と回答。



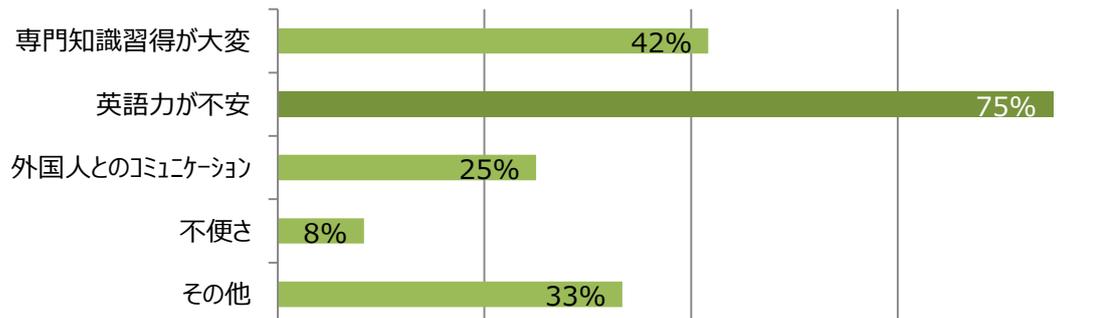
2. 実際にガイドをしてみてどんな点を魅力に感じましたか？（最大 3 つまで）

外国人観光客役であった外国人留学生とのコミュニケーションを魅力に感じたという学生が 8 割（10 人）。またガイド業そのものを魅力に感じたという回答した学生も 4 割程度存在。



3. 実際にガイドをしてみてどんな点を不安に感じましたか？（最大 3 つまで）

英語力が不安との回答が 75%。実際に外国人留学生に英語で接してみて自分自身の英語力のブラッシュアップを感じた学生が多かった。「その他」の意見としては「自分に対してもどかしさと無力さを感じた」「英語のリスニングが難しかった」等。



4. AT ガイドとして必要な能力についてどう感じましたか？

(A.コミュニケーション B.英会話力 C.専門知識の3つの能力を【10】を基準に配分した場合)

1位に上がったのはコミュニケーション、続いて英会話力、専門知識と続いた。



5. 感想・意見

- ・すごくたくさんのお話を学べた4日間でした。知識だけでなく人として意識しておかなければいけないこともおしえてもらった気がします。留学生の人たちとの交流も楽しかったです。最初もっとお堅いのをイメージしていましたが、想像よりもアクティブでイメージ変わりました。
- ・率直な感想としてまたやりたい。難しさと同時にやりがいのある仕事だと感じた。ガイドは「最高のおせっかい」を実践するお仕事だとも思った。この仕事に興味を持った。また旭岳に登りたい。
- ・ガイドのすごさを感じた。そして私自身予想外の出来事が起こったときにどう対応するかに対応力が問われるなと感じる。
- ・短い日程の中で顔合わせから本番まで行うというタイトな内容だったが、自分の想像をはるかに超えて良い経験が出来、スケジュールも順調に進んだ。
- ・専門知識がまったくない私たちでも、留学生たちに良かった、楽しかったと言ってもらえてよかったです。英語も上手には話すことができなかったけど、簡単な英語でもちゃんと伝えることができてよかったです。ガイドに必要なのはガツガツしたコミュニケーション力だったのかな～と思いました。本当に楽しかったです！
- ・英語で海外の方々をガイドするという機会はなかなかなく、普段の生活でできるものではないため、とてもよい機会になりました。NEALという資格はこれまで知らなかったので取得できてよかったです。
- ・英語ができなくてガイドが上手いかなかったのが悔しいです。ボディランゲージにも限界があって、やっぱり英語力が外国人観光客のガイドには一番大切で、もっと勉強しなきゃいけないと思いました。準備に時間をけこうかけたつもりだったけど全然足りなくて、もっと調べたり、暗記したりすれば良かったです。もっとやれることがあったと思ってます。もう1回やりたい！
- ・自分の準備した英文には自信を持てたもののフリートークがボロボロだった。質問4での英会話力は半分以上を占めてもいいと思う反面、コミュニケーションでどれだけつたない英語でもミスを恐れず話さないとガイドされる方がストレスを感じる聞いたので、より大切だと思った。英語の大切さを今回の研修で外国人と話すとき自分を後押ししてくれるものと改めて感じた。
- ・海外のかたがたと会話する機会が大変良い経験をした。特にリスニングでききとるのが難しかった。不安が多かったが、やった後の達成感がすごかった。
- ・興味を示してもらえるかなあという少しの不安はありましたが、実際ガイドさせて頂いてどの方も反応が良く、逆にこちらが気持ちよくなってしまふほどでした。日本人にガイドするより外国人相手にガイドさせて頂く方がリアクションも良く求められる職業なのかなと思いました。

・自分は英語力がものすごく苦手で、今回ものすごく不安がありました。だけど留学生はものすごくフレンドリーに接してくれて楽しい時間を過ごせました。ただ自分の英語力不足を痛感し、勉強がかなり必要だと感じました。また AT ガイドについて知ることができて良かったです。

・AT ガイドには興味を持ったし、北海道の観光にとっても良いことだと思ったが、普通のガイドとの違いがまだはっきり実感できていない。数分の紹介ムービーやPVがあるといい。ワークや実習は非常に有意義で楽しかったが、座学はまだ改善中なのかな？と感じた。資料を読むだけのことが多かったので、座学にもアクティブラーニングを取り入れてほしい。ある程度英語でフリートークができないと留学生が退屈してしまうと思った。ガイド参加者の英語レベルを統一したほうがいい気がした。

●外国人留学生向けアンケート調査結果

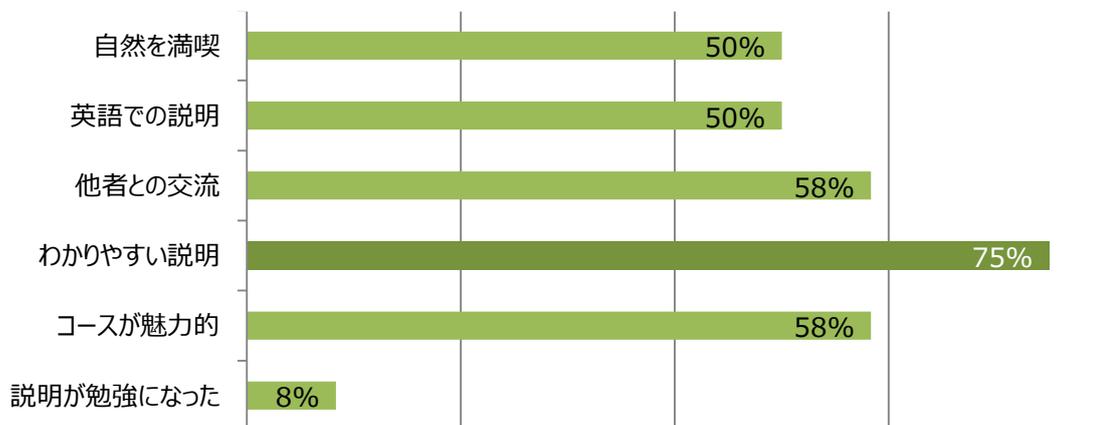
1. 今回の体験の満足はどの程度ですか？

92% (11 人) が「とても満足」を選択。



2. 「とても満足」「満足」を選んだ理由は何ですか？ (最大 3 つまで)

満足を選定して理由で一番多かったのは「わかりやすい説明」。日本人学生がたどたどしくても一生懸命説明しようとしていた姿勢が満足感を充足させたと推察。



3. AT ガイドとして必要な能力についてどう感じましたか？

(A.コミュニケーション B.英会話力 C.専門知識の3つの能力を【10】を基準に配分した場合)

1 位に上がったのはコミュニケーション、英会話力と専門知識は同数。



4. 感想・意見

- ・私にとってきょうの日はとつてもたのしいに日になりました。私たちはとつてもうれしくなりました。きょうはわすれられない日になった。このプログラムの人たちはとつても優しいです。またほしいです。来る
- ・今日はとても楽しかったです。ガイドさんは英語でよく話せました。えを見せて説明するのはよかったです。ガイドさんは外国人と歩いているとちゅうでも英語で話したほうがいいと思います。
- ・とてもよかったです。たくさん友だちになりました。いっしょに楽しみました。すばらしかったとおもいます。わすれられないイベントでした。ガイドたちに、それからもがんばってくださいといたいです。ひるごはんもとてもすばらしかった。みなさん、ありがとうございます。
- ・それはひじょうにみりよくてきでした。それはあさひだけでりょうするぜっこうのきかいでした。私たちはガイドから多くのじょうほうをえる。私はすべてのガイドが好きです。
- ・It was very attractive and it was easy to understand. Be more self-confident.
- ・The course was so interesting. Maybe practice more guide will be more fluence and naturally. PERFECT!! SEE U!
- ・今日、とてもたのしかったです。ガイドの人々 とても親切とかたのしさですから 私にとって とても満足でした。けしきもきれいだっだ。今日 ありがとうございます。
- ・ガイドはかんたんな説明しました。とても幸せになりました。
- ・とても楽しかった。ガイドを紹介ときはとても明晰なことです。Very good
- ・とてもおもしろくてよかったです。わかりやすいです。Very good and feel good. Easy to understand.
- ・きょうのりょうはとつてもたのしかったです。ガイドはえいごがとてもじょうずです。ありがとうございます。
- ・English and environment knowlegde is basic requirements of a AT guide,so,it is important to qualify these basic tools.

(3) 説明会の開催 結果

1) 大学関係者等に対するアドベンチャートラベルガイドに関する説明会の開催結果

学生等を対象に多言語アドベンチャートラベルガイドになるための方法や職業としての魅力を発信する場を3回設けた。

① 札幌科学技術専門学校でのキャリアデザイン講義

日時	平成 30 年 12 月 3 日 14:50-15:40
場所	札幌科学技術専門学校内
人数	54 人
概要	キャリアデザインをイメージする講義を行い、その中で職業としてのアドベンチャートラベルガイドの魅力について説明しました。



② 北海学園大学パネルディスカッション

日時	平成 30 年 12 月 18 日 14:20-15:50
場所	北海学園大学内
人数	106 人
概要	3 人のパネリストにアドベンチャートラベルの可能性について語っていただきました。 パネリスト① 北海道宝島旅行社 取締役 本間友紀様 パネリスト② 株式会社 JTB 北海道事業部 観光開発プロデューサー 鶴舎亮様 パネリスト③ 北海学園大学 人文学部 大森一輝教授 コーディネーター 弊社 田中希久代



③じもと×しごと発見フェアへの出展

日時 平成 30 年 11 月 12 日 13:30-18:00

場所 旭川地場産業振興センター

人数 高校 1 年 227 人、2 年 174 人、3 年 17 人、一般 9 人、合計 436 人

概要 高校 1・2 年生を対象にした企業展示会（北海道委託：地域若者就業・定着支援事業「じもと×しごと発見フェア」）に HATA 会長 荒井一洋様が「NPO 法人大雪山自然学校」としてブースを出展し、高校生にアドベンチャートラベルの可能性について説明。出展ブース数は 32 社。



Ⅱ. 考察

【道内外のネイチャーガイドへのヒアリング/アンケート結果を踏まえた提言①】

採用について～リファラル採用の強化と学校とのネットワーク構築

ガイドの採用に関してはどの事業所も苦戦している状況。実際の採用方法についてインタビューした方々から異口同音に発せられたキーワードは「ひとづて」。友人・知人に「誰かいないか」と声をかけることで適当な人材を採用してきた、という事例が多く寄せられた。これは現在、労働市場で一般的になりつつあるリファラル採用という手段に似ている。

リファラル採用とは「縁故採用」とも呼ばれ、自社ですでに働いているスタッフからの人材の紹介や推薦による採用方法のことを指す。自社のスタッフは仕事の内容をよく理解しているため、ある程度適性が高いと感じられる人が紹介の対象となることで、企業文化とマッチする人材を集めやすいというメリットがある。スタッフのモチベーションを維持するために紹介してくれたスタッフに報酬としてインセンティブを与えるケースもある。このリファラル採用を効果的に導入することで採用を促進することを提案する。

ガイドを目指す方向けのコースを設けている学校とのネットワーク構築も課題。正社員での雇用が難しい等解消すべき問題はあがるが、学校側も求人情報を求めており、双方の情報共有を促進することで一定のマッチングが発生する可能性はある。

【参考：ガイド等を目指すコースを設けている学校例】

- 北海道エコ・動物自然学校 動物自然学科 自然調査・アウトドアガイド専攻
恵庭市恵み野西 5-10-4
- 札幌科学技術専門学校 自然環境学科
札幌市中央区大通西 17 丁目 1-22
- 北海道教育大学岩見沢校 芸術・スポーツ文化学科 スポーツ文化専攻 アウトドア・ライフコース
岩見沢市緑ヶ丘 2-34

【道内外のネイチャーガイドへのヒアリング/アンケート結果を踏まえた提言②】

兼業の促進について～スキルシェアリング導入事例の策定

「北海道内に居住するネイチャーガイド向けアンケート調査」の質問項目である「ガイド業の専業/兼業状態」では 6 割の方が「兼業」と回答。ガイドを専業として生計を立てることが簡単ではないことがわかった。このことからガイド業の兼業化を促進するためにガイド業におけるスキルシェアリング（個人の技能や知識をお互いに提供し合うスキーム。個人の能力を効率的に活用できることから大きな経済効果を生み出す可能性があると考えられている）の導入事例を策定することを提案する。

以下が実際に活用可能と想定されるケース。

- ① 農家の方が冬季アクティビティのガイドになる
- ② スキー場で働く方が夏季アクティビティのガイドになる
- ③ 会社員がサバティカル（長期）休暇中にガイドの仕事をする

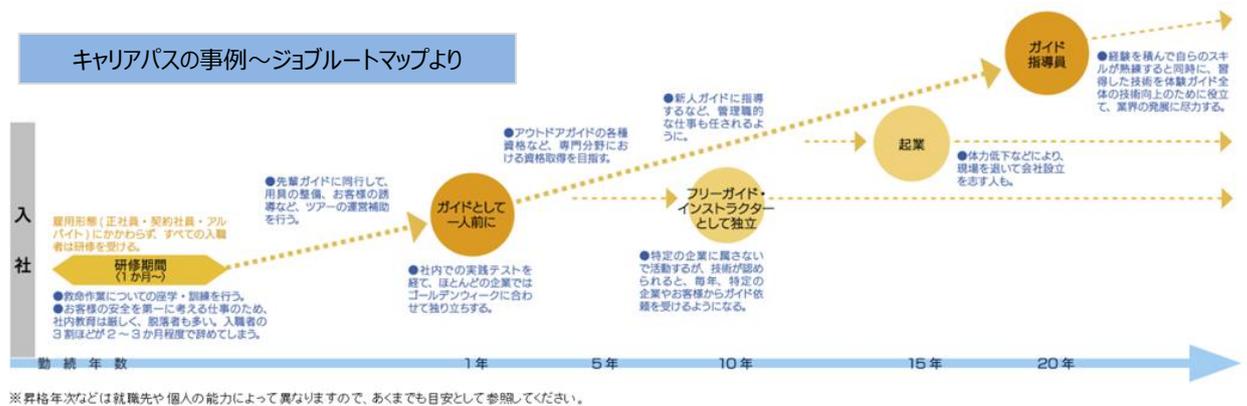
- ④ 会社員が週末にガイドの仕事をする
- ⑤ テレワーカー (IT 等を利用して会社から離れた場所で働く人) が空いた時間にガイドの仕事をする
- ⑥ 主婦が子供が学校に行っている時間にガイドの仕事をする (実例あり)
- ⑦ 学生が休み等を利用してガイドの仕事をする (インターンシップ含む)

有償・無償の問題はあるが、それぞれの状況に合わせて柔軟に対応すれば良いと考える。実際にモデル事例を作成することでお互いの業界における閑散期にスキルをシェアできれば労働力不足の解決に役立つ。

【将来ガイドを職業として選択する可能性のある人材向けアンケート調査を踏まえた提言】

ガイドのキャリアパスの作成と明示

ガイドのキャリアパスの作成を提案する。



学生向けの「将来ガイドを職業として選択する可能性のある人材向けアンケート調査」の質問項目である「AT ガイドの仕事が魅力的に感じるために整備すべき条件」では 1 位が「働きやすい職場環境」、2 位が「安定した収入」、3 位が「安定性、働き続けられる将来性」との結果だった。

2 位と 3 位についてはキャリアパスを明示することで要望に応えることが可能。今の学生は将来が見えづらいと不安を感じる傾向があるため、数年先の未来を明らかにすることでガイド入職への壁を少しでも低くできると考える。

【実証実験を踏まえた提言】

実証実験の対象者拡大と開催促進

本事業では日本人学生に外国人観光客に見立てた外国人留学生に対して、英語でモデルコースをガイドしてもらう実証実験を行った。すべての日本人学生が実証実験に参加後、AT ガイドのイメージが「とても良くなった」「良くなった」と回答。またガイドをしてみて最も魅力を感じた点として「外国人とのコミュニケーション」が上がった。実際に外国人を前にして英語でガイドングをすることは楽しく、自分自身の成長を感じられる体験になったようである。

本結果からも汲み取れるように、ガイドの仕事は実体験によってその価値がわかるものであり、このような機会を学生に与えることが、学生がガイドという仕事を職業選択のひとつに加えることにつながると感じた。

そのためには本事業と同様の実証実験を学部や学年を絞らず、対象者を広くして実施することが非常に有意義であると考えます。

【各種ヒアリング・アンケート・実証実験を踏まえた提言】

AT ガイドとして必要な能力について ～コミュニケーション能力の向上

道内ネイチャーガイド、実証実験に参加した日本人学生、外国人留学生に対して【外国人観光客向け AT ガイドを目指す人に必要と思われる資質】について質問した結果、①コミュニケーション力、②英会話力、③専門知識のうち、常に①コミュニケーション力が1位となった。

外国人観光客への対応という点から英語力が必要と想定したが、実際に異文化交流を行った方々の意見は、「英会話力」ではなく「コミュニケーション力」が重要と判断している。

このことから将来 AT ガイドを目指すためにはまずはコミュニケーション力を向上させることがポイントであることを広く周知していくことが肝要と考える。

【海外調査を踏まえた提言①】

雇用を見据えたインターンシップ ～雇用支援制度と連携した人材育成～

人材確保における理想像は、ガイド業に関心のある学生がその専門性を高め、AT 会社に就職する機会があることである。しかし、日本ではその分野の教育機関が少なく、AT 会社も安定した就職先となる事業規模ではない。求職者がいても、AT 会社で雇用できず人材育成も事業も停滞している状況にある。そこで、AT 会社と大学が連携したインターンシップ事業と、AT 会社と自治体が連携した雇用機会の創出を提案する。

インターンシップは、AT 会社と大学で協定を結び、北海道アウトドアガイド資格制度に沿ったカリキュラムでインターンシップを行う。雇用機会の創出は、AT 会社が自治体と連携し、地域おこし協力隊制度を活用する。これにより AT 会社は 3 年間の人件費の支援を受け、その間にさらなる事業を作る。こうした雇用を見据えたインターンシップによって人材を確保し、3 年間かけて育成する。E ラーニングを活用し、OJT の効果を最大限に引き出すなど、効果的な人材育成が展開できる。

【海外調査を踏まえた提言②】

現役ガイドの海外 OJT の実施 ～日本人ガイドが NZ のガイド会社へ 1 か月程度の OJT に行く～

日本のガイドの課題は海外顧客の理解とその対応である。これはソフトスキルと呼ばれる。これを身に着けるには、多くの旅行者と出会い、ガイドの一連の流れを練習することである。まだアドベンチャートラベラーが少ない日本においては、その練習は難しい。そこで、NZ の AT 会社にて 1 か月程度の OJT を提案する。

NZ ではシニアガイドが新人にソフトスキルを学ばせる手法が蓄積されている。これは言語化されない暗黙知であり、NZ で OJT をするのが効果的である。また、副産物として、英語が身につく。さらには、OJT 先のシニアガイドが、日本を紹介するので、自分の顧客につながっていく。トレーニングをその後のビジネスに繋げていける利点がある。

エコツーリズム推進法に関連した事業には人材育成が含まれる。こうした制度を活用して、多様で効果的な人材育成事業を他の省庁や民間団体と連携して実施していくことができる。

【海外調査を踏まえた提言③】

ガイドスキルのリストアップとキャリアステップの可視化、スキルシェアリング制度推進と有効活用

通年雇用のガイドや、ガイドを生涯続ける人は NZ でも少数であった。会社側も社員をたくさん抱えるのではなく、季節雇用で新規人材を常に確保していた。これらが可能である背景には、ガイドスキルが他業種で有効なことが認知されており、キャリアに関する考え方の違いから、社会的にも人の流動性が高いことが考えられる。

そこで、ガイドは自己成長やキャリアステップに有効であることを認知してもらうことを目的に、ガイドのスキルを整理し、そのキャリアステップを可視化することを提案する。これによりキャリアステップとしてガイド業に携わる人の割合を高めることを期待する。また、スキルシェアリングを推進し、様々なスキルをもった多様な人材の力を借りて、通年雇用せずとも良質なガイドが確保できる体制を整えることを提案する。

【海外調査を踏まえた提言④】

子供のころからの野外教育の実施

NZ では子供の頃から自然が身近で、国民の基礎的な野外スキルが高いと感じた。こうした背景から、ガイドを職業に選ぶことにも抵抗がなく、就職のハードルが低いと考えられる。そこで、日本での学校教育や社会教育にて、さらなる野外教育の推進を提案する。長期計画での社会全体の底上げを狙っている。

日本では、環境教育推進法があり、学習指導要領にも「自然体験活動」の言葉がある。その実施においては自治体や学校の判断となっている。こうした自治体や学校を対象にした啓発や、手法に関する研修、講師の派遣事業を行い、子供を取り巻く野外学習環境を整える。また、高齢者に対しては保健福祉事業を活用して、野外活動を推進する。高齢者が直接ガイドをするのではなく、高齢者が気軽に野外で散歩したり運動したりする地域の雰囲気、社会全体のレベルを底上げする。NZ では高齢者が自然を楽しんでいた。副次的な効果としては、啓発された高齢者が国内旅行社としてアドベンチャーツアーに参加し、新しいマーケットとなる可能性がある。また、野外学習の講師は地元のアウトドアガイドの仕事にもつながる。

「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業に係る調査」業務
(アドベンチャートラベルの推進に係るガイド育成に関する実証事業)
報告書

北海道運輸局 観光部 観光企画課
〒060-0042 札幌市中央区大通西 10 丁目 第二合同庁舎
TEL 011-290-2700

<受託>

キャリアバンク株式会社 人材開発事業
〒060-0005 札幌市中央区北 5 条西 5 丁目 sapporo55
TEL 011-251-3353 MAIL:jinzaiinfo@career-bank.co.jp