

Web調査による観光ガイドの評価に関する研究*

Study on the Evaluation of the tour guide by web survey*

田口秀男**・木村一裕***・日野智***

By Hideo TAGUCHI**・Kazuhiro KIMURA***・Satoru HINO***

1. はじめに

観光は地域経済の活性化や雇用の機会増大など、地域の発展に寄与しており、観光による地域活性化に取り組んでいる自治体や民間団体は、パンフレットやインターネットなどさまざまな媒体を使い、観光地に誘客するための情報発信を行っている。しかしながら、初期段階でポスターやパンフレットなどの観光地の情報で動機づけられた旅行計画では、イメージしていたものと現実とのあいだに著しいギャップが生じることも少なくないことを吉田¹⁾は明らかにしている。それに対し、「観光地における情報提供」は観光地の魅力をより理解してもらうためのもので、観光情報の入手の仕方や情報の内容によって観光地のイメージアップや再訪希望への効果が期待できる。

観光地における情報提供の手段としては、観光地での観光案内板、携帯電話のQRコードや音声ガイドなどの電子機器を利用するもののほか、対話型の情報提供手段として観光ガイドがある。平成20年版観光白書²⁾によれば、地域を訪れる観光客に対し無償もしくは実費程度の料金で住民などが地域の魅力を紹介するボランティアによる観光ガイドは、2008年3月末現在、全国で3万4290人が活動している。

ここで、観光ガイドに関する研究としては、横浜市の観光ガイドの活動実態から観光ルートの設定の違いを検証した今井らの研究³⁾、学生ボランティアの活動を事例にガイド活動の持続性を検討した岡本らの研究⁴⁾があるが、いずれも単体の観光ガイド団体を研究対象にしたもので、ガイドを利用する観光客側からの評価を全国規模で把握したものはなかった。

そのため本研究では、対話により観光客に観光情報を提供する観光ガイドに着目し、国内の観光客を調査対象として観光ガイドの評価を把握する。その結果に基づき、観光ガイドの効果的なガイド方法を提案するとともに、

*キーワード：観光・余暇・市民参加

**正員、学修、秋田県建設交通部下水道課

(秋田県秋田市山王四丁目1-1、TEL:018-860-2462、

E-mail:Taguchi-Hideo@pref.akita.lg.jp)

***正員、工博、秋田大学工学資源学部土木環境工学科

観光情報提供に人が介在することの意義を明らかにすることを目的とする。これらの検討から、観光客に観光地の魅力を理解してもらい再訪希望を増やす観光情報提供のあり方や改善点を示すことができれば、観光地における今後の地域活性化方策を検討する上で有効な研究であると考えられる。

特に、岩崎⁵⁾が「人的コミュニケーションの重視度」が小規模小売業におけるマーケティングの成否のカギを握り、双方向のコミュニケーションが重要であると述べるなど、対話型の情報提供に関する研究についてはビジネスマーケティングの分野で以前から多く行われているが、観光情報に着目したものは少ないことから、本研究によりそれらを明らかにすることは非常に価値のあるものである。

2. 研究の方法

(1) 研究の手順

観光ガイドを目的としたボランティア団体は、全国に1,300以上の組織が存在し、それぞれの組織により案内する対象や提供情報の内容が異なる。そのため、全国の観光ガイドの利用者に対してweb アンケートを実施し、案内の特徴からガイドの類型化を行う。

そして、対話により提供された情報の評価を観光ガイドのタイプ毎に行い、どのような情報を提供した場合に観光客の満足度が高いのか検討し、有効な情報提供方法を提案する。さらに、ガイドとの交流に関する評価から対話型の情報提供の重要性を示し、観光ガイドの意義を明らかにする。

(2) アンケート調査の概要

全国のさまざまな観光ガイドに関する評価を得るため、観光情報などを発信している複数のブログ管理者に本アンケートのホームページアドレスの紹介を依頼し、観光ガイドを利用したことがある不特定の人達に回答してもらった。アンケートの概要を表-1に示す。アンケート回答者の性別や年齢、利用形態および対象となった観光地が広く分布していることなどから、多様な意見を回収できたと考えられる。

表-1 アンケート概要

対象	観光ガイドを利用したことのある人	
配布先	web上(インターネットを閲覧できる人)	
期間	2009/1/25 ~ 2009/2/25	
調査内容	1. 利用した観光ガイドの内容	
	2-1. 情報に関する評価	
	2-2. 交流に関する評価	
	3. 再訪希望への問	
内訳(利用者自身について)	性別	男性:49 女性:53
	年齢別	10代:2 20代:8 30代:36 40代:23 50代:16 60代:14 70代以上:3
	形態	友人や家族との観光:43 修学旅行:1 個人:29 町内会や自治体:6 サークル:9 社員旅行:2 その他:12
内訳(利用ガイドについて)	地域別	102 ケース (北海道:6 東北:16 関東:6 中部:11 近畿:19 中国:17 四国:3 九州:18 沖縄:6)
	金額別	無料:59 交通費・食費など実費のみ:10 有料:33
	所要時間別	30分:10 1~2時間:50
		2~3時間:16 3~4時間:5 4~5時間:4 5~6時間:4 6時間以上:13

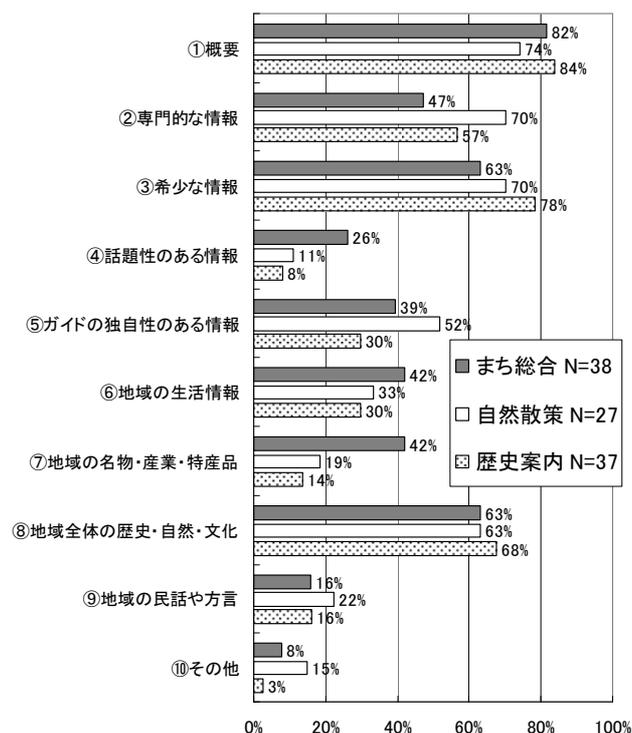


図-1 観光ガイドの情報に対する評価

3. 結果と考察

(1) 観光ガイドの分類

案内対象をもとに、観光ガイドを表-2に示す「まち総合案内型」、「自然散策型」、「歴史案内型」の3つのタイプに分類した。

(2) 観光ガイドが提供する情報に対する評価と有効な情報提供方法について

観光ガイドが提供する観光情報について、満足度の評価をタイプ別に集計した結果を図-1に示す。3つのタイプとも「①概要」、「③希少な情報」、「⑧地域全体の歴史・自然・文化」の項目が高い評価である。

まち総合案内型については、「④話題性のある情報」、「⑦地域の名物・産業・特産品」が他のタイプより評価が高い。これは他の2つのタイプに比べてテーマ性が低く、地域を幅広く案内するため、映画・テレビのロ

表-2 観光ガイドのタイプ

タイプ	特徴	回答数
まち総合案内型	地域の歴史・文化・自然・観光施設など地域を総合的に案内する。 例)「横浜シティガイド」	38
自然散策型	自然の大切さを感じることを目的に、山・川などの自然の中で散策・遊びや体験コースを案内する。 例)「屋久島ガイド協会」	27
歴史案内型	歴史的な風土が色濃く残る観光地、または町の歴史を中心に案内する。 例)「熊本城ボランティアガイド」	37

ケ地案内や話題のある特産品の紹介など地域に密着した情報を提供しているためと考える。また、自然散策型はガイドの自然保護や自然環境に関する知識を基にした地域の珍しい動植物に関する案内などにより、「②専門的な情報」、「⑤ガイドの独自性のある情報」の項目が他のタイプより高い評価を受けている。一方、歴史案内型に関しては他のタイプに比べて提供する情報に特徴はみられない。

ここで、観光ガイドが提供する情報のうち、特に回答者の満足度が高い項目について、自由回答から3つのタイプ別に考察を行う。

まち総合案内型では「穴場への案内」、「地域の風習や生活」、「おいしいお店」など地域の文化や地元の人しかわからない情報の満足度が高い。自然散策型の場合は、「自然の生態系」、「自然の大切さ・自然との共存」など環境学習に関する情報である。歴史案内型では、「建造物の構造やしくみ」、「戦争に関する情報」、「歴史上の雑学や裏話」が満足度の高い情報である。

また、「ストーリー性のある情報」が3つのタイプに共通する評価の高い項目である。なぜそうなったかという「理由」、人々がどのように関わってきたかという「過程」、どう変わったかという「変化」など、ストーリー性のある情報に観光客は高い満足を得ると考える。さらに、自然の大切さや戦争の悲惨さなどを訴えかけるような「教育性の高い情報」、いまだ真相がわかっていない「謎を含んだ情報」への評価も高い。

(3) 観光ガイドとの交流に対する評価と観光ガイドの意義について

図-2は、回答者がガイドとどのような会話を行ったかを集計したものである。ほとんどの回答者がガイドとの会話で質問をしている。質問ができるということは観光ガイドの大きな特徴であり、質問を重ねることで観光客は観光地への理解を深めていくといえる。

図-3は、観光客が観光ガイドとの交流から感じたことを示したものである。ほとんどの回答者がガイドとの交流からガイドの「地域への思い」を感じ取っている。また、「人柄の良さ」や「気配りや気遣い」も高い割合となっており、これらの項目に対し「あまり感じない」、「感じない」と回答した観光客はほとんどおらず、観光ガイドとの交流がきちんと行われていると考える。

次に、ガイドとの交流の中で満足した具体的な内容について、自由回答から情報提供に人が介在することの重要性、すなわち観光ガイドの意義を明らかにしていく。

最も評価が高いのが「ガイドの地域への愛着を感じた」という項目である。観光客は、地域の魅力を伝えようとする熱意などガイドの人的魅力を通じて観光地の評価を高めると考える。このことから、観光情報提供に人がただ介在するだけでなく、地域に住む人・地域に愛着や誇りを持つ人が情報を伝えるという点に観光ガイドの意義があるといえる。

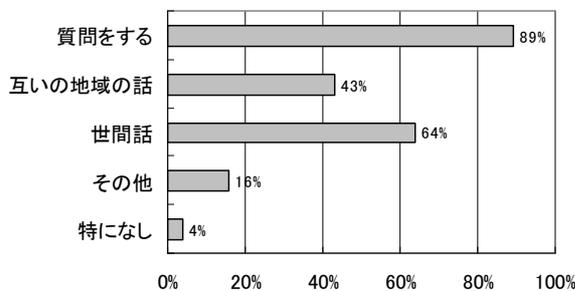


図-2 ガイドとの会話の内容 (N=102)

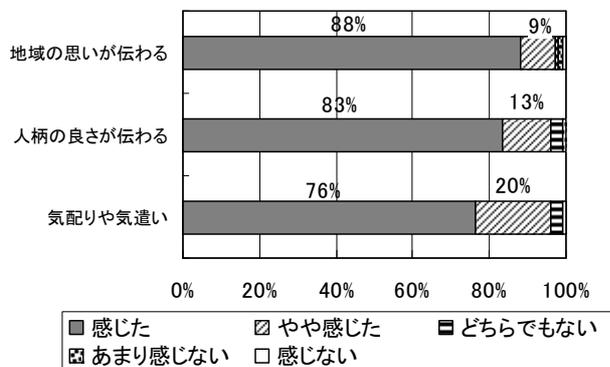


図-3 ガイドとの交流から感じたこと (N=102)

(4) 観光ガイド利用の総合評価

図-4は、観光ガイドのどのような点を評価するのタイプ別に集計したものである。3つのタイプとも観光客とガイドとの交流ができる「会話や質問ができる」という項目と「見所の要点がわかる」という観光情報のわかりやすさの項目で評価が高い。

まち総合案内型に関しては、町並みや美術館、観光施設などを幅広く案内することから、「効率的に見所をまわれる」項目が他のタイプより評価が高い。また、自然散策型は「時間や安全の管理をしてくれる」の項目が他のタイプより高い評価を受けている。これは危険がともなう箇所を歩き回る場合が多いためと考える。歴史案内型に関しては「オススメのコースがある」項目の評価が他の2つのタイプより低いが、史跡など特定の案内を行う場合が多く、他のタイプに比べ複数の観光資源を巡るコースをとることが難しいためと考える。

次に、観光ガイドを利用した観光客に対し、満足度と観光地への印象の変化を尋ねた結果を図-5に示す。

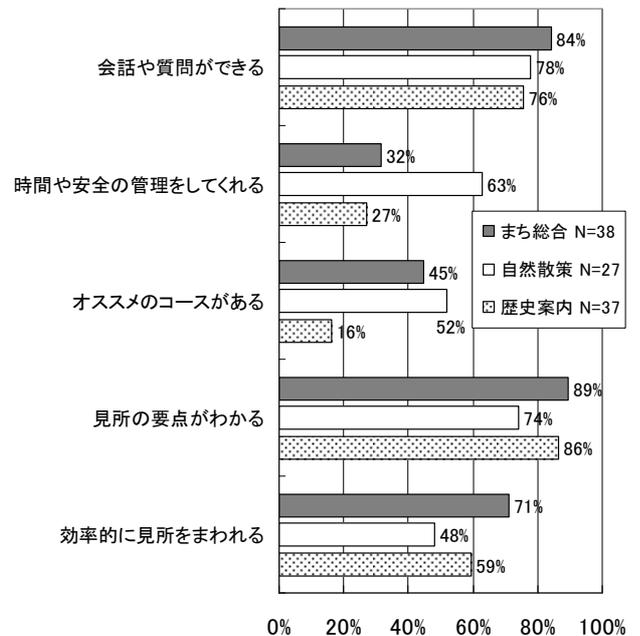


図-4 観光ガイドに対する評価

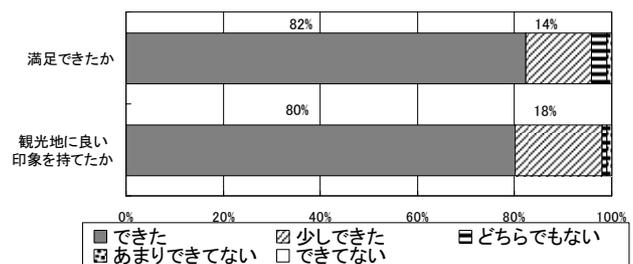


図-5 満足度・観光地の印象 (N=102)

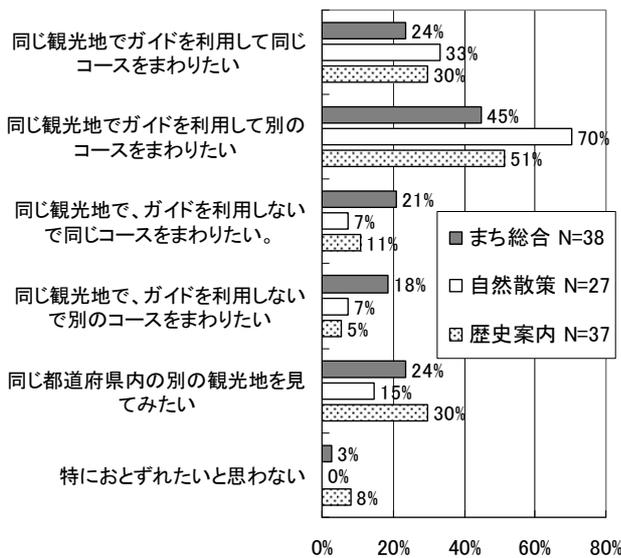


図-6 再来希望への効果

いずれも「できた」、「少しできた」あわせて95%を超えている。観光ガイドは観光客の満足度を向上させ、観光地に対し良い印象を与えていることがわかる。なお、ガイドの3つのタイプ別で満足度や印象の変化に大きな相違はなかった。

図-6は、もう一度その観光地を訪問したいか尋ねた結果である。「特におとずれたいと思わない」と回答した観光客は少数であり、「同じ観光地でガイドを利用して別のコースをまわりたい」と回答した観光客が多い。特に、自然散策型でこの回答が70%を超えている。自然散策型は安全の確保などのため、ガイドへの依存度が他の2つのタイプより高いためと考える。

3. おわりに

本研究により、観光地における有効な情報提供方法および観光ガイドの意義を示すことができた。有効な情報提供方法は、地元の人しかわからない地域性の高い情報や環境学習に関する情報、歴史上の雑学などについてストーリー性のある説明を行うことである。また、観光ガイドの意義は、交流により観光地の魅力を理解してもらい再訪希望が増えることで、地域の価値を高めることができるという点である。こうした評価により、ガイドに参加する人々に達成感を与え、地域での住民活動の活性化にもつながる。特に、高齢化が進行している地方において、高齢者に生き甲斐を与える場として、観光ガイドの果たす役割は大きいと考える。

一方、今回の調査では「興味のない話をされた」、「一方的に説明された」、「もっとゆっくりしたかった」など、「利用客のニーズに柔軟に対応できていない場合がある」という指摘があった。事前あるいは交流の

中で利用客のニーズを把握し、柔軟に情報提供するとともに、利用者からの意見を積極的に取り入れ、次の活動に反映させることが重要である。また、こうした改善を継続的に進めていくためには、行政による研修費用などの援助も必要である。

本研究の特徴として、個別の観光ガイドだけでなく多様な観光ガイドの形態やその活動状況を把握し、その意義を明らかとしたものはこれまでになく、今後の観光ガイドのあり方や改善点について考察することができたことが研究の成果と考える。

しかし、観光ガイドを利用した観光客からの評価だけでは好意的な意見に埋没し問題点が顕在化されず、新しい視点からの情報提供方法に気付かない可能性がある。そのため、観光ガイドにも直接調査を行い有効な情報、提供方法の工夫、コミュニケーションで留意していることを把握するほか、観光ガイドに否定的な意見を持つ観光客などの意見も確認し、電子機器を利用した情報提供手法などと補完しあうことにより「有効な情報提供方法の新たな提案」ができると考える。さらに、観光ガイドの持続的な活動を可能とする安定的な活動資金の確保のためには、ガイドによる経済効果を明らかにし、公的な支援などについて社会的な合意形成を図る必要がある。これらを今後の研究課題とする。このうち、観光客の評価に対する観光ガイドの意識調査については、研究発表会で報告する予定である。

本研究を遂行するにあたって、(株)シビックレットの山口貴広氏には多大なる協力をいただきました。ここに記して感謝の意を表します。

参考文献

- 1) 吉田肇：観光情報の認知特性と行動特性に関する実証的研究，都市計画論文集，No. 28-6，pp. 31-36，1993.
- 2) 国土交通省：平成20年版観光白書，コミュニカ，2008.
- 3) 今井亮輔・中井検裕・中西正彦：観光ボランティアガイドによる観光ルートの設定に関する研究—横浜シティガイド協会を対象として—，都市計画論文集，No. 39-3，pp. 223~228，2004.
- 4) 岡本健・敷田麻実・森重昌之：観光地における持続可能なボランティア組織の条件—北大キャンパスビジットの事例から—，日本観光研究学会全国大会論文集，No. 22，pp. 363-364，2007.
- 5) 岩崎邦彦：マーケティング・コミュニケーションにおける「人間資源」，企業診断，No. 50，pp. 56-61，2003.