

# 観光ボランティアガイドによる対話型情報提供の意義とその評価\*

## Evaluation of interactive information by volunteer tour guide\*

田口秀男\*\*・木村一裕\*\*\*・日野智\*\*\*

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

### 1. はじめに

人口減少や少子高齢化の急速な進展、世界同時不況後の長引く景気低迷などにより経済・雇用状況が悪化しているわが国において、観光による交流人口の拡大は、消費の拡大や雇用機会の創出などの経済効果<sup>[註1]</sup>のほか、地域住民が誇りと愛着をもつ活力ある地域社会の実現をもたらすと期待されている。

こうしたなか、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観光ボランティアガイド（以下「観光VG」と称す）は、2009年3月末現在、全国で3万9031人が活動しており<sup>1)</sup>、観光案内にとどまらず、観光地の清掃活動や総合学習への協力、地域づくりやまちづくりへの参加など、その役割がますます高まっている。佐々木<sup>2)</sup>によれば、観光VGの活動が盛んになっている背景には、地域に密着したより深い知識を得たい、新たな発見をしたいという観光客側のニーズの高まりがある一方、自己の知識を生かし観光客に役立ちたい、観光客との交流や出会いを楽しみたいという地域住民側の意識の成熟があるとしている。

また、観光VGの重要性について、観光客に喜ばれる案内を行うことで地域全体のホスピタリティの水準を高め、“いい観光地”としての評価を勝ち得ることのほか、ガイドを行う高齢者の生き甲斐づくりの場を提供することにあると、今井<sup>3)</sup>は述べている。

ここで、観光VGに関する研究としては、横浜市の観光VG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<sup>4)</sup>、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<sup>5)</sup>があるが、いずれも特定の地域における観光VGを研究対象にしたもので、活動組織全体を全国規模で把握してはいなかった。そのため、筆者ら<sup>6)</sup>は、観光VGを利用したことのある国内観光客に対しWeb調査を実施し、観光地における

有効な情報提供方法の提案と観光情報に人が介在することの意義を明らかにしている（以下「先行研究」と称す）。

本研究では、地域活性化の担い手と期待される観光VGの多様な取り組みに着目し、Web調査によるガイド利用者側の評価と、その評価に対する観光VG団体側の取り組みや課題認識などを把握する。それらの結果に基づき、観光VGが観光客に対話型情報提供を行うことで地域の理解や交流を深めることの意義を明らかにするとともに、地域理解を深める観光VGの持続可能な活動方策を考察することを目的とする。

### 2. 研究の方法

#### (1) 研究の手順

本研究では、以下の手順により検討を行う。

1) 観光VGの現状把握：既往研究等により、観光VGの特徴や活動状況を把握し、観光VGの定義および類型化を行う。2) 観光VGに対する評価等の把握：国内の観光客および観光VGを対象としたアンケート調査により、観光VGの評価や活動する上での課題等を把握する。3) 観光VGの活動意義の検討：2つのアンケート結果から得られたデータを比較検討し、地域理解に効果的な情報提供方法を提案するとともに、観光VGによる対話型情報提供が地域の理解や交流を深める意義を明らかにする。

#### (2) 観光VGの定義

日本観光協会は、自分達が暮らしている地域等を無料もしくは低料金で、案内、紹介しているボランティアのことを観光VGと称している。同協会によれば、観光VG団体の約90%が平成の年代に設立され、2009年3月末現在で全国に1562団体が組織されている<sup>1)</sup>。

また、国土交通省が2008年4月～6月に開催した「観光に関する懇談会」において、バスガイドやエコガイドなど日本人観光客向けの有料ガイド、外国人観光客向けの国家資格である通訳案内士のほか、ガイドを生業としない者が日本人観光客、外国人観光客の区別無く、無料もしくは低料金で自分達が暮らしている地域等をボランティアで案内、紹介する場合、これらの者を観光VGと分類している。

\*キーワード：観光・余暇、市民参加

\*\*正員、修(学)、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、博(工)、秋田大学工学資源学部土木環境工学科

本研究においては、観光客に対し地域の魅力を自発的かつ継続的に案内する地域住民等を観光VGと定義する。なお、ガイドの利用料金に関しては、無料又は交通費や実費程度の低廉な額とするが、多様な案内対象に対し、料金の上限値を明確に規定することは困難であることから、若干の報酬費などを含むガイドについても調査対象とした。

### (3) アンケート調査の概要

#### a) ガイド利用者へのWebアンケート調査内容

先行研究では、全国のさまざまな観光VG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VG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。

回答は、Web上で各設問に対する該当項目を選択するほか、意見などを自由記入するものである。有効回答者数は102人で、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る。また、ガイドのタイプは、回答の内容から「まち総合案内型」、「自然散策型」、「歴史案内型」の3つに分類した。

表-1 ガイド利用者へのWebアンケートの概要

対象	観光VGを利用したことのある人	
配布	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VGの内容	
	2-1. 情報に関する評価	
	2-2. 交流に関する評価	
内訳102人(利用者自身について)	3. 再訪希望への問	
	性別	男性:49(48%) 女性:53(52%)
	年齢別	10代:2(2%) 20代:8(8%) 30代:36(35%) 40代:23(23%) 50代:16(16%) 60代:14(14%) 70代以上:3(3%)
内訳102ケース(利用ガイドについて)	形態	友人や家族との観光:43(42%) 修学旅行:1(1%) 個人:29(28%) 町内会や自治体:6(6%) サークル:9(9%) 社員旅行:2(2%) その他:12(12%)
	地域別	北海道:6(6%) 東北:16(16%) 関東:6(6%) 中部:11(11%) 近畿:19(19%) 中国:17(17%) 四国:3(3%) 九州:18(18%) 沖縄:6(6%)
	金額別	無料:59(58%) 交通費・食費など実費のみ:10(10%) 有料:33(32%)
	所要時間別	30分:10(10%) 1~2時間:50(49%) 2~3時間:16(16%) 3~4時間:5(5%) 4~5時間:4(4%) 5~6時間:4(4%) 6時間以上:13(13%)
タイプ別	まち総合案内型:38(37%) 自然散策型:27(26%) 歴史案内型:37(36%)	

#### b) 観光VG団体へのアンケート調査内容

本研究では、日本観光協会の「2009年度版地域紹介・観光ボランティアガイド組織一覧」<sup>7)</sup>に掲載されている1270団体のうち、所在地域とタイプのバランスを考慮した上で500団体に、郵送でアンケート調査を依頼し、回答は同封した返信用紙またはWeb上で回収した。アンケートの概要を表-2に示す。

回答は、各設問に対する該当項目を選択するほか、意見など具体的内容を自由記入するものである。送付した調査依頼書に、アンケートと同様の内容を掲示しているホームページのアドレスを明示し、返信用紙の投函またはWeb上での入力のうちどちらかを利用してもらった。有効回答数は、郵送190件、Web28件の合計218件で回収率は44%である。

回答した団体は、主な年代構成が60歳以上の団体が全体の92%を占めている。利用料金別では、無料が69%、実費程度が21%であったほか、人員数30名以下の団体が全体の70%となっており、日本観光協会が実施した全国の観光VG団体の実態調査とほぼ等しい内訳であった。

なお、ガイドのタイプについて、歴史案内型の団体が59%を占める一方、自然散策型の団体は10%に留まった。

表-2 観光VG団体へのアンケートの概要

対象	全国の観光VG団体	
配布	郵送およびweb上でのアンケート	
期間	2010/1/15 ~ 2010/2/15	
調査内容	1. 観光VG団体の属性・ガイドの内容	
	2. 課題の認識	
	3. 事前の情報・要望の把握	
	4. 他組織との協体制	
	5. 観光VGに参加する意義	
回答数218件(郵送190・Web28)	ガイド人数	10名以下:47(22%) 11~30名:105(48%) 31~50名:39(17%) 51~100名:17(8%) 101名以上:10(5%)
	年間ガイド件数	10件以下:26(12%) 11~50件:74(34%) 51~100件:26(12%) 101~500件:44(20%) 501件以上:33(15%) 不明・無回答:15(7%)
	地域別	北海道:6(3%) 東北:41(19%) 関東:37(17%) 中部:60(28%) 近畿:27(12%) 中国:19(9%) 四国:4(2%) 九州:24(11%)
	料金体系	無料:151(69%) 有料(実費、交通費):46(21%) 有料(ガイド報酬含む):12(6%) 無回答:9(4%)
	所用時間別	30分:20(9%) 1時間:55(25%) 1.5時間:47(22%) 2時間:48(22%) 2.5時間:17(8%) 3時間以上:16(7%) 不明・無回答:15(7%)
	予約の有無	当日参加も可能:41(19%) 予約が必要:147(67%) 予約者を優先:30(14%)
	団体の年代構成	主として60代以上:200(92%) " 30~50代:4(2%) 20代以下:2(1%) 年代差が特にない:6(3%) その他:6(3%)
	タイプ別	まち総合案内型:64(29%) 自然散策型:22(10%) 歴史案内型:128(59%)

### 3. 観光VGの評価

#### (1) 観光VGの分類

それぞれの団体により案内する対象や提供情報の内容が異なり、観光地の持つ特徴やガイド内容の違いからいくつかのタイプに分類することにより、提供情報の特徴や高い評価項目を明らかにすることが可能であると考えた。そこで研究を進めるに当たり、ガイド利用者が案内を受けた対象を歴史的建造物や自然景観など16項目から選択してもらい、それをもとに表-3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。

タイプ別の観光VG団体の事例を表-4~6に示す。

表-3 観光VGのタイプ

タイプ	特徴
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。
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。
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。

表-4 まち総合案内型の観光VG団体の事例

団体名	観光ボランティアガイド「ぐるーぶ・よっこより」
会員数	35名
料金・時間	1,000円・2時間 交通費1,000円
案内地域	仙台市内全域
案内コース	2時間コース(3種類)と仙台奥の細道コース
信念・目的	仙台を訪れる観光客に仙台を正しく理解・認識してもらうため、仙台市内の史跡や観光地・観光施設を案内・紹介する。
概要・取り組み	1)観光目的で仙台を訪れる個人・団体へのガイド 2)仙台で開催される会合・大会の参加者へのガイド 3)仙台市の学校活動・地域活動などへのガイド 4)瑞鳳殿を毎週土日・祝日の10~16時までガイド 5)車椅子利用者にも対応 6)4名以内なら乗用車での案内も可能 7)新たな観光資源の調査、PR・観光ルート作成 8)毎月の研修例会、毎月の講座 9)外国人観光客にも対応するため、仙台市内の通訳・観光ボランティア団体と連携

表-5 自然散策型の観光VG団体の事例

団体名	ポロトの森ネイチャーガイド「めむの会」
会員数	6名
料金・時間	大人500円・1,000円 小中学生250円・500円
案内地域	ポロト自然休養林地域(北海道白老町)
案内コース	白老町内での水瀑ツアー、歩くスキーでのネイチャーウォークなど
信念・目的	白老町のアイヌ文化などの地域性を活かし、白老町の自然を地域住民や観光客に理解してもらう。
概要・取り組み	1)自然に親しむためのツアーや個人客の受入れ 2)自然観察会、ガイドウォークなどを実施 3)自然に関する各種講習会の開催 4)各種イベントへの参加、交流および他団体とのネットワークづくり 5)自然に関する調査研究、情報提供

表-6 歴史案内型の観光VG団体の事例

団体名	みずさわ観光サポーターの会
会員数	13名
料金・時間	無料(実費分請求)
案内地域	奥州市水沢区内およびアテルイに関する周辺地域
案内コース	利用客の希望に沿って案内
信念・目的	水沢の観光振興に貢献する。
概要・取り組み	1)「歴史が息づく心の城下町水沢」を来訪する観光客に、より水沢を知ってもらうため、有志が集まって設立したボランティア団体 2)歴史勉強会が発足のきっかけ 3)日高火防祭、水沢の夏祭りなどへの全員で対応 4)観光産業展、3月のくくり雛祭りでも水沢をPR 5)「駅からハイキング」、健康祭りの案内 6)専門家を招いての勉強会

#### (2) ガイド利用者の評価と観光VGの対応

先行研究において、ガイド利用者に対し、満足度と観光地への印象の変化を尋ねた結果を図-1に示す。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VG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-2は、観光VGのどのような点を評価するのかを

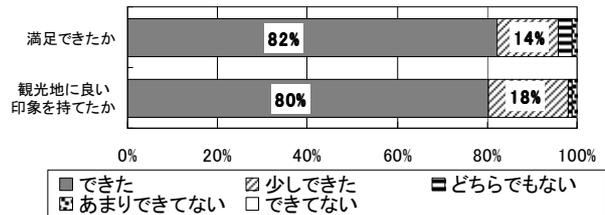


図-1 満足度・観光地の印象 (N=102)

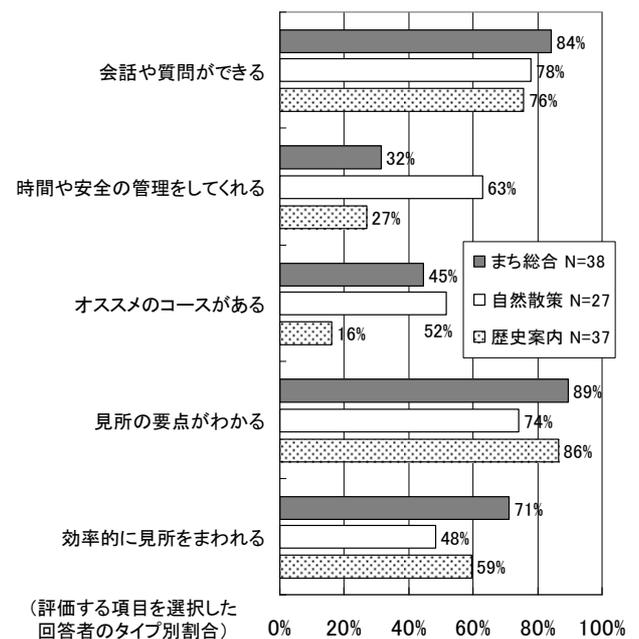


図-2 観光VGに対する総合評価

タイプ別に集計したものである。「会話や質問ができる」など5つの項目について、評価できると考えるものを全て選択してもらった。その回答者数について3つのタイプ別利用者数に対する割合を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可能性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。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。

先行研究および本研究での調査結果から、観光VG団体が提供している情報と、それに対するガイド利用者の評価をタイプ別に集計した結果を図-3に示す。アンケートは、ガイド利用者には9つの提供情報項目のうち満足したものすべてを選択してもらった。一方、観光VGに対しては、地域の魅力や文化を理解してもらうために提供している情報は何か、9つの項目からあてはまるものをすべて選択してもらった。

その結果、観光VG団体は3つのタイプとも、一般的な「①概要」、雑学や裏話などの「③希少な情報」、「⑦地域の歴史・自然・文化」の項目を提供することが多く、それらはガイド利用者からも高い評価を得ている。しかしながら、3つのタイプのガイド利用者が評価している

「②専門的な情報」は、他の項目に比べ地域を理解してもらえる情報としての観光VGの認識はあまり高いとは言えない。ガイド利用者は、観光VG団体が認識し、評価している以上に、専門的な情報の提供を期待していると思われる。

次に、タイプ別に観光VG団体の提供情報とガイド利用者の評価を比較すると、まち総合案内型では「⑥地域の名産・産業」について観光VG団体とガイド利用者の両方とも高い割合となっているほか、小説やテレビ、映画などのメディアと関係した「④話題性のある情報」、「⑤地域の生活情報」が他のタイプよりガイド利用者の評価が高い。これは他の2つのタイプに比べテーマ性が低く、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に観光客は興味を持つためと考える。

一方、自然散策型は、観光VG団体が提供する割合が高い「④話題性のある情報」についてはガイド利用者の評価は低い。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」の項目が他のタイプより高い評価を受けている。

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<sup>[注2]</sup>。

ここで、ガイド利用者の満足度の高い情報について、自由回答で明らかとなった具体的な項目を表-7に示す。特に3つのタイプに共通してガイド利用者の評価が高い項目は、戦争の悲惨さ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」のほか「ストーリー性のある情報」であった。

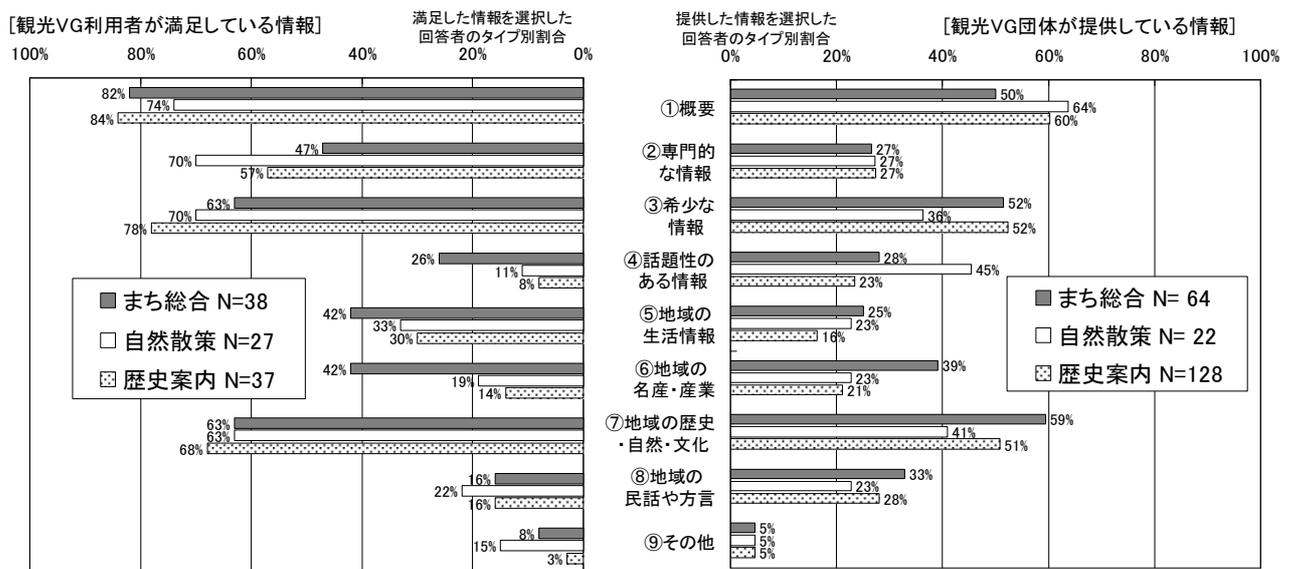


図-3 観光VGの情報に対する評価

表-7 満足度の高い情報の具体的内容

タイプ	自由回答の具体的な内容 (情報)	有効回答者数 90
まち総合 回答 35 (39%)	1)ガイドブックには載っていないような場所、猫が通るような裏道を案内してもらい楽しかった。 2)舟屋という独自の建設様式のガイドの自宅を見学させてもらい、暮らしの様子がわかった。 3)おいしい甘味屋を教えてください。	
自然散策 回答 25 (28%)	1)森の中の生態系を維持し人間と共存するためには、人間と動物は距離をもって生活しなければならない。 2)縄文杉は樹齢 7,000 年ということになっているが、本当のところは謎である。 3)世界遺産に登録されて観光地として有名になってからの屋久島では、人々の暮らしが変わってきた。	
歴史案内 回答 30 (33%)	1)法隆寺の梁は古いものと新しいものの組み方が違い、一番古いものは伝承されず今では作ることが難しい。 2)聖徳太子も渡来人であったのではないか。 3)原爆投下の背景、人体実験の側面が拭い去れない。 4)鉱脈を探し、トンネルを掘って採掘する日本人の我慢強さに感銘を受けた。	

4. 観光VGによる交流と再訪意向への影響

図-4は、先行研究により、ガイド利用者が観光VG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」と回答したガイド利用者はほとんどおらず、観光VGとの交流がきちんと行われていると考える。

また、観光VGとの交流の中で満足した具体的な内容について、主な自由回答項目を表-8に示す。有効回答者数90件から情報提供に人が介在することの重要性を明らかにしていく。最も評価が高いのが観光VGの地域への愛着を感じた「郷土愛」の項目の30件 (33%) である。ガイド利用者は、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意義があるといえる。

図-5は、もう一度その観光地を訪問したいかを尋ねた結果である。「特におとずれたいと思わない」と回答

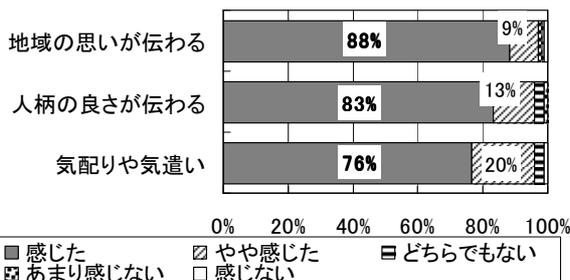


図-4 観光VGとの交流から感じたこと (N=102)

表-8 満足度の高い観光VGガイドとの交流の具体的内容

分類	自由回答の具体的な内容 (交流)	有効回答者数 90
郷土愛 回答 30 (33%)	1)地元を愛していて、誇りに持っていることが伝わった。 2)ガイドの地元に対する郷土愛を感じた。 3)楽しげに歴史を話しており、ガイドの地元への誇りが感じられた。 4)ガイド自身、その地域へ移住した人で地域への愛着を感じることができた。 5)銀山に対する思いとそれを築いた地域の先祖に対する誇りが伝わってきた。	
熱意 回答 15 (17%)	1)その地域の良さをアピールして、少しでも理解してもらいたいという気持ちが感じられた。 2)地域のことを伝えたいという気持ちが伝わった。 3)もっと地元を知ってもらうために歳をとってから勉強してガイドを務めるようになった努力はすばらしいものだと感じた。 4)まだはじめたばかりという人で、一生懸命説明しているのが印象に残っている。 5)地域に住んで地域のためにボランティア精神を持ちやっているので、一生懸命さが伝わってきてとても良いと思う。	
人柄の良さ 回答 23 (26%)	1)ガイドも気さくで、質問にも丁寧に答えてくれたので、気楽に世間話をするような感じで楽しめた。 2)こちらの質問に答えられない率直さを感じた。 3)バスガイドのような慣れた口調ではなく、朴訥で世間話のような話し方が逆に親しみを感じやすかったし、質問などこちらからも聞きやすく大変満足した。 4)笑顔の素敵な豪快な人だった。 5)親しく接してくれて、詳しく話す友人のような雰囲気を感じた。 6)饒舌ではないが素朴な感じがして、好感がもてた。	
気遣い 回答 22 (24%)	1)こちらの都合や関心・興味のある分野を伝えるところ、リクエストに応じて、時間の配分などアレンジしてくれたので、良かった。 2)観光客の要望をよく把握しており、気配りを感じた。 3)歩く速さが、自分たちのペースで歩いてくれた。 4)景色のいいところで絶妙なタイミングで休憩を取ってくれる気遣いに感謝する。 5)自由に見たいと思うところを、自由行動にしてくれたり、長くガイドされると疲れると思っていると短めにしてくれたり、客の様子をよくみってくれる人であった。	

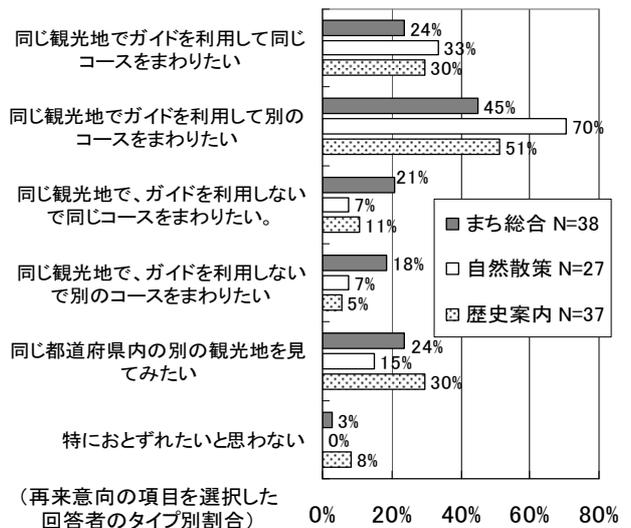


図-5 再訪希望への効果

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%と突出している。自然散策型は安全の確保などのため、観光VGへの依存度が他の2つのタイプより高いためと考える。

### 5. 観光VGからみた対話型情報提供の意義と課題

観光VGとの交流に関するガイド利用者側の評価に対し、ガイド利用者や観光VGだけでなく、これら当事者を含めた地域全体にとっての対話型情報提供の意義や評価について、観光VG団体に所属する個人が、どのように認識しているのかを本研究で検討する。

地域の情報を利用者に向けて実感をこめて発信できる「情報発信」、観光による経済効果に貢献できる「経済効果」、自分の住む地域の特徴や他の地域との違いを理解できる「相互理解」など9つの項目について、どの程度重要と考えるか5段階で評価してもらった結果を図-6に示す。地域の「情報発信」、自分にとっての継続的な「学び」、多くの人との出会いによる「他地域との交流」の項目が、「重要である」と「やや重要である」を併せ9割を超える評価となっている。

このことから、観光VGや地域にとって、観光客との対話による情報提供は、交流を通じ地域の理解を深めてもらうと同時に、地域内交流の場、自らの学習の場としての役割も担っていることが判明した。

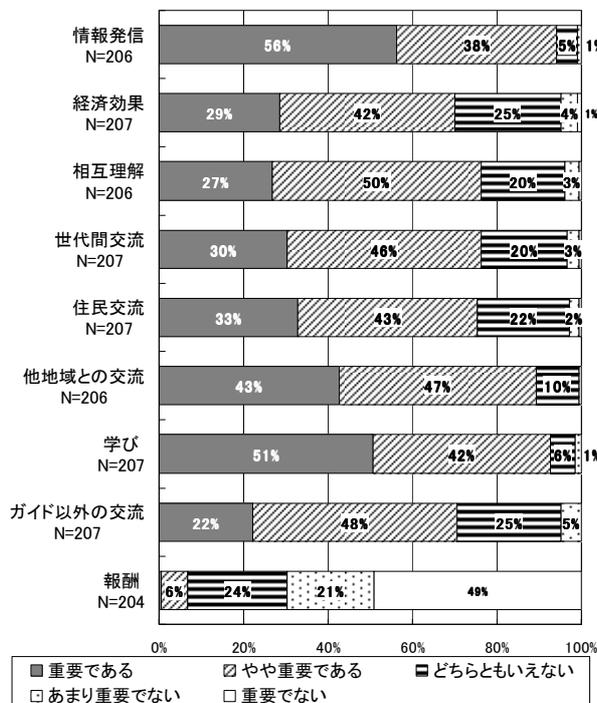


図-6 観光VGの意義

表-9 観光VGの問題点と改善点

問題点と課題	有効回答者数
1) 方言で話していることがあり、意味がわからない単語があった。	25
2) 興味のない歴史の話をされ、あまり頭に入ってこなかった。	
3) 始終資料をみていて、マニュアルどおりの案内に思えた。 (話し方の工夫に関する意見が他4件)	
4) 一方的に間髪入れず説明し続けており、不満を感じた。 (同様の意見が他1件)	
5) 時間管理と最初に全体の大きな概要説明が欲しかった。 (時間内の説明ができないなどの意見が他6件)	
6) ゆっくりしたいところもあったが、早く次に廻りたいと思う場所もあった。(ルート of 工夫に関する意見が他1件)	
7) ガイドが高齢でオウムのような説明をするだけであった。	
8) 途中で自分達の興味があるものがあったても無視された。	
9) いつ行ってもガイドを依頼できる環境を作ってもらいたい。	
10) ガイド料が高いと感じた。(同様の意見が他2件)	
11) 無料のガイドが有料化されると聞いてがっかりした。	

一方、ガイド利用者によって自由回答してもらった観光VGの問題点としては、表-9に示すとおり「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」という内容である。いずれも観光客のニーズを把握できていないのが原因である。

ガイドの予約申し込み時や地域案内時に、観光客のニーズや要望、興味・関心のあることを把握し、柔軟に対応・情報提供することが重要である。

このようなガイド利用者の指摘で明らかとなった7つの課題に対し、本研究では、観光VG団体へのアンケート調査で、すでに「十分な対応をしている」と考えているか、今後「対策が必要」と考えているか2択で回答してもらった。その結果を図-7に示す。有効回答の5割を超える団体が「ガイド人員の不足」や「ガイド能力・経験の不足」、「ガイド団体のPR不足」、「運営資金の不足」の項目について対策が必要と答えている。その具体的内容としては、メンバーの高齢化や不足(93団体)、補助金の不足(51団体)、知名度が低い(26団体)など

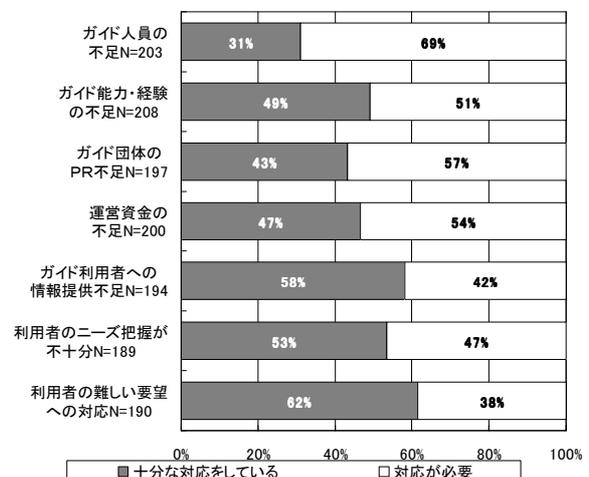


図-7 観光VGの課題認識

表-10 観光VGに関する課題への主な対策例

課題	対策の具体例	有効回答者数187
ガイド人員の不足 回答 63	毎年1月に市の広報誌を通して会員を募集。	
	事前に当番割り当て表を調整して対応。	
ガイド能力・経験の不足 回答 102	市の担当者によるガイド実施指導、行政の観光セミナー、他地区での学習会	
	ベテランのガイドと一緒に案内する見習い期間を設けている。	
ガイド団体のPR不足 回答 85	最初は旅行者に文書で繰り返しPRを行った。	
	市観光協会を通してPRできている。	
運営資金の不足 回答 93	縄文まつりでの土器、土偶の販売代金	
	観光協会からの補助を受けている。	
ガイド利用者への情報提供不足 回答 113	案内施設にビデオを設置し、そちらも同時案内している。	
	絵やイラストを使って説明すると共に概要をまとめた説明書を配布している。	
利用者のニーズ把握が不十分 回答 101	予約があった場合、会長が直接折り返しの電話をすることでニーズを把握。	
	ガイド実施後に必ず報告書を作成し、問題点など今後の活動に活かしている。	
利用者の難しい要望への対応 回答 117	車いすやストレッチャーでのサクランボ狩りを可能な限り案内。	
	難解な質問を受けた場合は、後日調べてメール等で答える対応を取っている。	

である。その一方、「利用者の難しい要望への対応」については、十分な対応をしていると答える団体が多かった。

また、自由回答により、課題に対し効果があった対策・評判が高い対策の内容を表-10に示す。

特に、人員不足や運営資金不足などの課題解決のため、自治体や他団体と協力している団体が多く、回答のあった団体の76%(166団体)が協体制制にあると答えている。その内訳を図-8に示す。

協力の内容は、補助金の交付や共同事業など「国・自治体と協力している」、ツアーガイドや観光PRなど「旅行会社と協力している」、人員や情報の共有など「他の観光ガイド団体などと協力している」となっている。さらに、自治体や他団体と協力することにメリットがあると回答したのは115団体で、デメリットがあると回答した31団体の約4倍に上ることから、高い効果があることが判明した。

一方、観光客が地域に関心を持ち観光VGを利用してもらうためには、事前に地域の情報発信を行い、観光VG

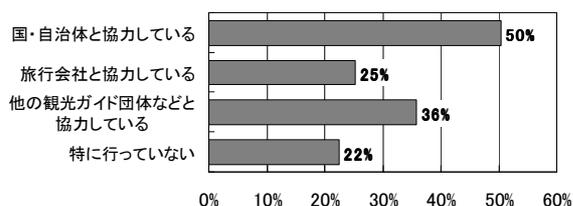


図-8 観光VGの他団体との協力(N=218)

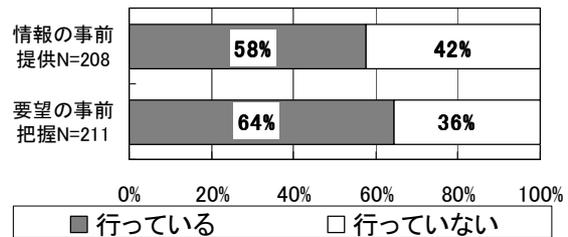


図-9 観光VGの事前提供・要望把握状況

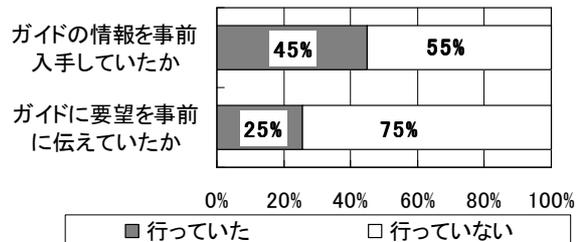


図-10 ガイド利用者の観光前の準備状況(N=102)

Gの存在に興味を持ってもらうことが必要である。そのため、多くの観光VG団体はメディアを通じた事前の情報提供や、申込電話時における要望の把握に努めている。その状況は図-9のとおりである。全体の約6割の観光VG団体が、事前の情報提供および要望把握を行っていると回答している。

しかし、ガイド利用者へのアンケート調査によれば、情報を事前入手していた観光客は5割弱で、要望を事前に伝えていたのは全体の1/4であった(図-10)。要望の事前把握について、観光VG団体とガイド利用者に認識のズレが生じている。その原因について、さらなる調査が必要と考える。

## 6. おわりに

本研究では、観光VGを利用する側の意識だけではなく、観光VG団体が考えている課題解策等を調査することにより、共通認識および意識のズレを確認できた。

双方の意識を結びつけた考察から導き出した観光VGによる対話型情報提供の意義は、地域の価値を高めることができるという点である。さらに、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VGの果たす役割は大きいと考える。

しかしながら、観光VG団体の多くは人員不足や高齢化、運営資金の不足などの問題を抱えている。この課題を解決し活動を持続可能にするためには、自治体や他団体との協力を進めていく必要がある。特に、観光資源を有する地域の学校においては、総合的な学習の時間を活

用し、地域の観光資源を紹介・案内する活動を行っている事例があり、本研究による観光VG団体へのアンケートでも団体に参加している児童達への期待・評価も高かった。こうしたことから、小中学校における総合学習の時間を活用し、地域の歴史や自然などの観光資源について学んだ児童・生徒による観光VG活動は、郷土愛を高め将来の地域づくりの担い手を育成することにもつながる。そのため、観光VGの充実に向け、学校関係者との連携を図っていくことが重要である。

一方、情報提供内容や要望把握について、ガイド利用者と観光VG団体に認識のズレがあることから、これらの原因究明と影響分析・改善策を今後の検討課題とする。

本調査を遂行するにあたって、(株)シビックレットの山口貴広氏、秋田大学学生千葉翔太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。

注1 観光庁の「平成20年度旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」によれば、わが国における2008年度の旅行消費額23兆6千億円による二次的な経済波及効果を含む生産効果は、国内生産額972兆円の5.3%の51兆4千億円、雇用効果は総雇用6千445万人の6.7%の430万人と推計している。

注2 ガイド利用者へのアンケート調査実施時には、本文と比較した9つの項目のほか「⑩ガイドの独自性

ある情報」の満足度を尋ねている。その結果は、町総合案内型39%、自然散策型案内52%、歴史案内型30%であった。この項目について、個々の観光VG団体において定義が不明確であると判断し、団体へのアンケートでは選択項目から外した。

#### 参考文献

- 1) 国土交通省：平成21年版観光白書，コミュニカ，2009.
- 2) 佐々木一成：観光振興と魅力あるまちづくりー地域ツーリズムの展望，学芸出版社，2008.
- 3) 今井成男：観光ボランティアガイドの現状と課題ー中国地区の事例からー，岡山商大社会総合研究所報，No. 24，pp. 43-88，2003.
- 4) 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ー横浜シティガイド協会を対象としてー，都市計画論文集，No. 39-3，pp. 223~228，2004.
- 5) 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ー北大キャンパスビジットの事例からー，日本観光研究学会全国大会論文集，No. 22，pp. 363-364，2007.
- 6) 田口秀男・木村一裕・日野智：観光ボランティアガイドによる対話型情報提供の評価に関する研究，環境情報科学論文集，No. 23，pp. 379-384，2009.
- 7) 日本観光協会：2009年度版地域紹介・観光ボランティアガイド組織一覧，日本観光協会，2009.

---

## 観光ボランティアガイドによる対話型情報提供の意義とその評価\*

田口秀男\*\*・木村一裕\*\*\*・日野智\*\*\*

本論文では、地域活性化の担い手と期待される観光ボランティアガイドが来訪者に対話型の情報提供を行う意義を明らかにすることを目的に、ガイドを利用したことのある全国の不特定の観光客にWeb調査を実施したほか、その結果に基づき、全国の観光ボランティアガイド団体側の取り組みや課題認識を把握した。その結果、多様なガイドの形態や活動状況を分類したほか、観光ボランティアガイドによる対話型情報提供の意義は、来訪者に交流を通じ地域の理解を深めてもらうとともに、ガイド参加者に達成感を与え住民活動を活性化させることにあり、人員不足などの課題解決のため他団体との連携を図ることが重要であることを明らかにした。

---

### Evaluation of interactive information by volunteer tour guide \*

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

The purpose of the present paper is to make clear the effects of interactive information by volunteer tour guide. To analyze the various types of volunteer tour guide and their evaluations, we conducted a web survey on people who have experienced in using volunteer tour guide and a mail survey on volunteer tour guide organizations. From the analysis, the interactive information would bring better understandings of culture, history and nature of the destination region and a new motivation to visit again or travel to other destinations in the region. Also it would be important to collaborate with other organizations for solutions of guiding skill development and getting fund, etc.

---