

「千年の草原を活用した持続可能な観光ガイドライン2023」

観光ガイド事業者向け講習会

“わかりやすく伝えるガイディング”

～インタープリテーションへの挑戦～

2023年度版

環境省

阿蘇くじゅう国立公園管理事務所

目次

■はじめに

第1章 ガイドってなに？

ガイドの役割

ツアー参加者の満足度をあげるために

第2章 ガイドに求められる様々な技術

心構え

見せる技術

伝える技術

考えさせる技術

楽しませる技術

安全管理の技術

第3章 インタープリテーションへの挑戦

なぜインタープリテーションが必要か

インタープリテーションにはテーマとストーリーがある

インタープリテーションにはしっかりとした構成が必要

ゲストに応じた臨機応変な対応～楽しくなければツアーじゃない～

第4章 プログラム作りの手順

ガイドの諸要件

第5章 小道具の活用法

■参考文献

■はじめに

阿蘇は、阿蘇くじゅう国立公園という類まれな地域資源を持ち、それはそのまま観光の重要な資源にもなっています。このすばらしい資源を保全し活用していく為には、阿蘇地域や草原の魅力を正確に、楽しく、来訪者のニーズに合わせて解説できることが理想的です。

今回は環境省にて、伝えるべき阿蘇のストーリーを<環境><文化><経済>の3要素に分解したうえで、各トピックについて詳細な説明を加え、「千年の草原を活用した持続可能な観光ガイドライン2023」の解説資料を編集しました。(別資料参照) これはガイドがバイブルとしていつでも参照できる貴重な資料です。

この講習会テキスト“わかりやすく伝えるガイディング”では、その膨大な阿蘇の情報をどのように伝えることでお客様に伝わりやすくなるのか、ガイディングの手法をまとめたものです。

阿蘇の観光が持続可能になっていく為には、阿蘇の魅力を知っていただきファンになって、何度も訪れていただくことが大事です。ツアーを通して環境を保全するだけでなく、そこに暮らす人々がこれまで培ってきた歴史や文化を知り、そして観光客に落としていただいたお金が地域に還元され、地域の大事な宝(資源)を次世代に繋いでいくことに活用されることが必須です。

そしてその為には阿蘇の魅力を伝える人、「ガイド」の存在が欠かせません。

インタプリターと呼ばれるガイドが介入することで、目の前に広がる事象を解説するだけではなく、その裏にある背景や地域の思いを理解していただくことが重要です。阿蘇の観光の主役はまさにガイドであると言っても過言ではありません。この優れたガイドのインタプリテーションによって阿蘇地域の魅力や草原の価値を来訪者に正しく伝え、そしてそれを繋いでいくことこそが、これまでの観光や一般のツアーと大きく違うところで、まさに阿蘇が今目指すサステナブルツーリズムの姿と考えています。

インタプリターとして活躍できる質の高いガイドに求められる“伝える技術”を磨く為にこのテキストを編纂致しました。阿蘇で活躍するすべてのガイドの皆さんにぜひご活用していただきたいと願っております。

東海大学客員教授

小林寛子

第1章 ガイドってなに？

1. ガイドの役割

国内の様々な地域において、お客様を地元の方が案内する、あるいは専門のガイドが案内するというガイドツアープログラムがたくさん生まれています。自分でガイドブックを片手に旅をするのも楽しいものですが、ガイドさんと一緒に回るツアーはガイドさんの地域に対する熱い思いも含めて私達は地域をよく知ることが出来、好奇心にワクワクしながら地域の魅力を楽しめるはずです。

ここで扱う“ガイド”とは、博物館や美術館の展示の案内人、観光地を楽しむお手伝いをするボランティアガイド、添乗員やバスガイドなどではありません。インタープリターとも呼ばれるガイドのことで、ツアー全体を演出し、参加者に驚きや感動を与え、さらには地域の代弁者として地域とお客様をつなぐコネクターの役割までも担っています。阿蘇の草原の意味をよく理解し、正しく、わかりやすく、しかも楽しみながら伝えてくれる人、それが本講習会で目指す阿蘇ガイドです。体験を通じて参加者に自ら気づきを起こすことを促す教育的な要素、さらに面白かった、感動したと感じさせるエンターテインメント的要素も必要です。「なるほど」と納得した後にもっと聞きたいとお客様に思っただけいたら、草原の価値も地域の魅力も十分に伝わったことになるでしょう。

目に見える事象の説明をする従来型観光の案内人から、目に見える事象の裏にある地域独特の自然の営みとそこに暮らす人々の生活との密接な関わり、千年以上の阿蘇の草原の歴史の中で培われた人々の知恵を**インタープリテーション**を通じてツアー参加者に理解させ、驚きや感動を与えることが求められています。

つまりは、ガイドを通じて普段の生活の中で当たり前になって気が付かなかった地域の宝をもう一度掘り起こし、その価値を再発見し、そしてその価値を地域を訪れる人にも地域住民にも伝え、一緒に守っていくきっかけを作ります。

外から人が入ることで生じる様々な障害を回避、軽減するために、ガイドは地域の代弁者となって地域に住んでいる人にとって心地よくないこと、また大事にしたいことを訪問者に伝え、ツアー中の行動についても管理します。同じルートを何度も歩くことで、自然環境の微妙な変化をモニタリングする役目もあります。これによって、ツアーが与える負荷を軽減したり、ツアーの安全性を確保したりするために、早めに対処することもできるわけです。

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

2. ツアー参加者の満足度をあげるために

ここでは、地域のボランティアガイドという立場ではなくお金を払っていただいて阿蘇地域の魅力を伝える有料のガイド(インタープリター)について考えてみましょう。参加者からお金を取る以上、ツアー参加者の満足度を上げることは一番大事なことです。お客様がツアーに参加する動機は様々であっても、阿蘇の草原の価値を知り、地域を知り、そして地域の人と交流できることを楽しみに参加されますが、最初に心がけなくてはならないことは難しい歴史背景や草原の価値を一方的に話すことではなく、どんな年齢の参加者にもなるべくわかりやすく伝える工夫をすることです。そのためには、伝えるべき内容について熟知していることはもちろん、それを相手の興味や理解度にあわせてわかりやすく伝えることが重要です。地図や写真、模型、絵や動画、ホワイトボードなどの小道具を使うことも有効ですし、言葉使いも重要です。難しい言葉は平易な言葉に置き換えたり、何度かゆっくりと繰り返したりなど配慮が必要です。初めて聞く内容は耳に慣れないことが多いので、人名、地名などわかりにくいものは小さなホワイトボードやスケッチブックのようなものを書いて視覚でも確認してもらおうと理解がしやすくなります。

また、学校の講義ではありませんから何よりもツアー商品として楽しくなければ商品価値はありません。そのためには参加者を飽きさせない工夫も必要です。時には参加者をあっと驚かせる演出をしたり、笑いを誘うようなユーモアを交えた話術も必要です。ただ同じトーンでただだと説明をするガイドほど退屈なものはありません。メリハリのついたしゃべり方で、参加者の興味を引くストーリー性のあるインタープリテーションが求められます。そのためには十分な準備と伝える技術を磨くことも重要です。

さらに、ガイドはいつも同じことを繰り返すのではなくその時の参加者の興味や体調、年齢層やバックグラウンドなどを十分に考慮しながら、参加者の反応を見ながらガイドをする余裕も必要です。同じ内容を伝えるにしても伝え方はガイドによって様々ですし、またその時の参加者が大人なのか、子供なのか、家族連れなのか、説明している内容に興味を示しているのか、体調は万全かあるいは疲れているのかなど、参加者のその日の反応に細心の注意を払って話す内容、速度、話す順番などを臨機応変に変えることも満足度を上げる上で重要なことです。自分の知っている知識をすべて伝えることがガイドの役割ではなく、参加者が満足し、あなたが伝えたいメッセージが伝わるのが重要であることをしっかりと心に留めておきましょう。

まとめると、参加者の満足度を上げるためのポイントは次の3つです。

- ① 正しく、わかりやすく伝える
- ② 楽しく伝える
- ③ 客の反応を見て伝える

第2章 ガイドに求められる様々な技術

前章で述べたようにお客様に満足していただくためには3つのポイントが重要ですが、そのためにガイドは様々な伝える技術を習得しておく必要があります。

2-1 心構え

ガイドのプロとして仕事をするにあたっては、様々な技術の習得以前に、ガイドとしての心構えも重要な要素です。ボランティアガイドとは違い、お金をもらって専門的な知識と経験を駆使して参加者に地域のすばらしさを伝えるわけですから、それなりの覚悟が必要です。

(1) 個性を活かす

プロのガイドとして一定のレベル以上のコミュニケーションができることは求められますが、同時にガイドがこれまで生きてきた中で培った人間性や、特に得意とする専門分野はガイドとしての売りになりますし、人間性そのものが来訪者の心をつかむ重要な要素ともなります。ですからガイドそのものが商品になるために、ガイドがそれぞれの個性を活かしながら独自のガイドスタイルを作り上げていけばいいのです。この上にガイド技術と案内対象に関する知識を積み上げ、これに経験を加えることによってガイドの質の向上を目指します。日頃から好奇心を持って、どうしたら自分の伝えたいメッセージが伝わるのかを考えること、同じ素材で他のガイドがどんなツアーを実施しているか他人から学ぶこと、さらには自分のガイドを知人、友人、仲間に見てもらって評価してもらい、少しずつやり方を変えてみたり、新しい手法を取り入れたりしてみることなど、実際に試行錯誤を繰り返すことでガイド術は向上します。ガイドにゴールはありませんし、お客様によって育てられるものですから、多くのお客様に接することでニーズに対応できる技術を磨いていくことが出来ます。常に昨日の自分より成長することが求められます。

(2) 服装

ガイドの服装は、これから始まるドラマの大事な導入部分にあたります。最初に会ったときに与える印象が、ガイドへの信頼感、ツアーへの期待感を左右します。コスチュームでツアー参加者の興味を引いたり、その日のツアーのテーマを象徴的に表現したりすることも可能です。また、身だしなみはガイドの人柄だけでなく、プロとしての意識の象徴でもあります。清潔感のある機能的な服装で仕事にあたりましょう。また、グループのリーダーとして自然の中で見つけやすい色を選択したり、名前を憶えてもらうために名札を付けたりする配慮も有効でしょう。

(3) 態度

① 親しみやすさ・挨拶

ガイドが偉そうにせずにツアー参加者に率先して話かけることでツアーの雰囲気が変わります。ただし、プロのガイドとしての誇りを持ち言葉遣いには気を付け丁寧な態度で接しましょう。親しみやすさが馴れ馴れしさにならないよう、適度な距離感をもっていること、参加者に公平な態度で接することを心がけましょう。

② 笑顔

笑顔で参加者の緊張がほぐれてほっとしたり、疲れが解消されたりします。口角を上げて話をするように心がけると笑顔で話しているように見えるので、柔らかい表情を演出できます。また笑顔で話をした方が声が明るく柔らかくなるため好感度が増すはずです。

④ ユーモア

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

ユーモアを使うタイミングや場所は注意深く選ぶ必要があります。奇をてらったように見えると逆効果になる場合もありますので、無理に使う必要はありません。特に注意が必要な点として、慣習、宗教、性別、異文化グループなどに関することをジョークのネタにすることは絶対避けるべきです。

⑤ アイコンタクト（目線）

ガイドは参加者の目を見て話をするので、相手が納得しているかそうでないか反応を見ることが出来ます。ただし、じっと視線をそらさずに見つめていることで逆に威圧感を感じたり、落ち着かない場合もあつたりするので注意します。

大勢の参加者がいる場合には、まんべんなく見渡すように、また列の一番後ろの人を見て話すようにするなど、参加者全員に気持ちが届いているか確認を取る意味でもアイコンタクトは必要です。

子供や車椅子に座った参加者と一対一で話をする場合は、ガイドが座って目線をあわせることで安心感や共感を得ることが出来ます。

⑥ 姿勢

姿勢は第一印象を左右します。美しい姿勢は「やる気、自信、明るさ、さわやかさ」など、

好印象を与えますので、まず基本の立ち姿をマスターしましょう。自分の立ち姿を写真に撮って確認するのもよいでしょう。背中が丸くなっていたり、おなかやお尻を突き出さないように背筋を伸ばして両足に体重が均等にかかるようにしっかりと立ちましょう。必要以上に動きまわったり、ばたばた手を動かしたりしないことです。ガイドの落ち着いた態度は、参加者にとっても落ち着かず、話の内容に集中できなくなってしまう。

⑦ パーソナルスペース

自分と相手の間の空間距離のことをパーソナルスペースといいます。これは縄張りのことで他人が侵入してくると不快感や嫌悪感を覚え、防御本能が働きます。親密度が増せば距離が縮まりますが、初対面の場合、身体に触れることができない120cmほどの距離を確保しましょう。国や文化の違い、男女差によってもパーソナルスペースは違うので相手が後ずさりするようであれば近すぎる距離だと理解しましょう。空間距離があまりに近すぎると威圧感を感じて、話がしづらくなります。心地のよいコミュニケーションのためにもパーソナルスペースを意識し、参加者にとって心地のよい環境をつくるように配慮しましょう。

⑧ おもてなしの心

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

⑨ 好奇心

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

2-2 見せる技術

(1) 見せる技術

ツアーを通して地域を案内するということは、地域の見てもらいたいものを効果的に見せる技術が必要です。せっかくのタイミングを逃してしまうと印象が薄くなってしまったり、理解ができなかったり、さらに言うとうわやりにくいことにもつながります。そのために、どうやったら一番わかりやすくなるかを常に考えながら見せる方法を考えましょう。

① 景観

地域の景観はいわば、地域の表紙のようなものです。それですべての印象が決まることさえあります。どんな景観にも見るのに一番いいスポット、角度、時間などがあり、それによってきれいな写真が撮れたり、逆光でみにくかったりするものです。ここでは、伝えたい景観を一番いい角度から見る方法、そのスポットと時間を事前に十分調査して、参加者に効果的に景観を楽しんでいただきましょう。素晴らしい景観には余計な説明など必要ないこともあるはずです。黙って景観を鑑賞させることも時には効果的な方法であることも覚えておきましょう。

② アプローチ・サプライズ

ツアーの組み立ては緩急をうまく使って参加者に飽きさせないことが大切です。同じルートでも歩き方、ペースの取り方、参加者の注意の向け方によっては感動を演出することができます。何かを参加者に見せようとする場合、そのアプローチは重要な要素です。どのルートをどのように通ってそのスポットに行くのか、そこにサプライズがあると印象的になります。はじめから見えている景観よりも、突然振り返った時に目の前に広がる絶景には参加者は思わずわおーと声をあげて驚くはずですが、こういうサプライズはツアーを印象的に演出します。

③ テーマ、メッセージ、ハイライト（第3章参照）

ツアーはフィールドで展開する演劇のようなものです。そこにはテーマがあり、伝えたいメッセージがあり、さらにドラマのクライマックスとなるハイライトがあります。ガイドは演劇で言えば役者でありながら、ツアー全体を制作するプロデューサーであり、台本を書く脚本家であり、効果的な演出を考える監督でもあります。いくつもの役割を巧みにこなしながら、参加者に伝えたいメッセージを確実に伝えるための最高の方法は何かを常に考えていることが大事です。

2-3 伝える技術

ツアーでは伝えたいメッセージや情報が確実に参加者に伝わるのが大切です。自分では一生懸命伝えているつもりでも、参加者に伝わっていないこともあります。

それは参加者を無視して一方的に話し続けても伝わりません。ガイドは目に見える事象を伝えるだけでなく、その裏にある思いも含めて伝える必要があります。それは時として地域の代弁者になる場合もあります。伝えたいことが確実に伝わるためには参加者の興味を引き出し、参加者にわかりやすく伝えるための技術を習得する必要があります。

① ことばで伝える

正しい発声法で、はっきりと話すことが大事です。明るく、聞こえやすい声には呼吸の仕方に関係があります。腹式呼吸でお腹の底からしっかり声を出さないと、長時間しゃべった際に声がかすれたり、疲れたりします。また滑舌が悪かったり、語尾が不明慮であると意味が正確に伝わりません。その場にあった適切な言葉を選ぶことも大事です。参加者が子供や高齢者の場合はゆっくり話す、繰り返すなどの配慮も必要でしょう。

参加者にガイドの思いを伝えるには話し方にも工夫が必要です。理解度を高め、ガイドが何を強調したいのかをわかってもらうためのテクニックがいくつかあります。まずは、強調したい言葉の前で間を取ることです。音が出ないその瞬間にいろいろな思いを込めたり、次に続く言葉を期待感をもって集中して聞くことができます。その他、強調するためにその言葉を強く発音する方法(プロミネンスをかける)や、抑揚をつけて声の高低で表現する方法もあります。

感情移入すると早口になってしまうことがあります。参加者にしっかり理解してもらうためには早口は禁物。ガイドが参加者を無視して話を続けるとそれは単なるBGMになってしまい、聞くことを逆に放棄させてしまうことになります。ゆっくり話すか、十分間をとって参加者の注意を常にガイドに向けさせることも重要です。

② ことば以外で伝える

ことば以外に表情や姿勢、または目線などによってもガイドの思いが参加者に伝わります。明るい笑顔、アイコンタクトは参加者に好印象を与えます。ことばを使わずに親指を一本上に立てて前に突き出せば、OKの意味であることを伝えることが可能です。ツアーは場所によっては大きな声を出すことが出来ない場合もありますので、ジェスチャーで表現することも必要です。またボディーランゲージを活用することでガイドの気持ちを伝えるだけでなく、参加者の気持ちを読み取ることもできます。長い話で飽きていたり、興味がなかったり、また体調が優れない場合などは、参加者はボディーランゲージでそれを伝えるはずで、参加者の反応を注視しながらツアーを進めることも重要です。

③ わかりやすく伝える (小道具、施設の活用)

ツアーの内容が難しくなればなるほど、わかりやすく伝える工夫が必要です。たくさんの説明より、1枚の写真や地図の方が伝わる場合もあります。伝える内容によって、小道具を効果的に使うといいでしょう。ツアーでは小学生が聞いてもわかる方法で解説することが求められます。なぜなら、参加者は大学の講義を聞いているのではなく、お金を払って楽しみに来ているのですから。また、地域には博物館、美術館、ビジターセンターなど伝えたい内容を事前に学習できる施設があります。ツアーで現場に入る前に施設を利用して予備知識をインプットす

るために利用することも一案です。ツアーの現場で見えないことや、既に現在ではなくなってしまう事象について説明する際に効果的です。また、雨の日プログラムとしても有効でしょう。(第5章も参照)

2-4 事実を正しく伝え、考えさせる技術

伝える中身についてはガイド一人一人の努力によって知識を蓄積していく必要があります。ガイド研修や講演会、勉強会などに参加したり、関連する文献を読んだりして、伝える中身についての情報を常に最新のものにしておく必要があります。また、参加者に伝える中身が事実であることは極めて重要です。「千年の草原を活用した持続可能な観光ガイドライン2023」の解説資料は、最新の正しい情報をわかりやすくまとめてありますので、ツアーの中であなたが伝えたい中身を整理する為に活用してください。ただ、ここに書いてあることをそのまま読んで伝えても、初めて阿蘇の草原を見たり体験したりする参加者には伝わらないでしょう。参加者に対して伝わりやすい方法で伝えることが必要です。(詳しくは第3章を参照)

最新のニュースなどで話題になっていることを例に引いて興味を引くなども効果的です。さらに、地域に伝わる民話や神話などを話の導入などで使うなど全体にストーリー性を持たせることも重要です。また個人の体験談にまさる説得力のあるものはありません。幼いころに経験したこと、両親や祖父母から聞いた話、また別のツアーでの体験など実際にガイド本人が体験したことを引用して解説を組み立てるとより説得力のあるものとなります。

そして、その中でガイドが伝えたいメッセージは何なのか？を意識する必要があります。ツアーが終わった後に持ち帰ってもらいたい今日のツアーのテーマ(ガイドの思い)について、ツアーの参加者が考える機会を提供することが効果的です。一方的にあなたの話を聞くだけではなく、ツアーの参加者があなたの言葉をきっかけに日頃の生活や自分の身の回りの身近な環境に思いを馳せ、何かに気づき、考えること、そしてその後に参加者の行動変容を起こすことができたとしたら本来のインタープリテーションの目的を達成したと言えるでしょう。

2-5 楽しませる技術

商品として顧客に販売する以上、ツアー参加者が楽しめるエンターテインメント性も重要な要素です。そのためには前述の小道具を利用して、参加者の関心をひきつけたり、実際に体験する機会を提供することで、一方向のコミュニケーションではなく、参加者との双方向のコミュニケーションを図ることが重要です。

参加者は自分で実際に体験することで、五感で感じたり、ガイドの解説をより身近なものとして感じることができます。ガイドが物語の主人公になってコスチュームを着て登場したり、セリフの中で大切なメッセージを伝えたり、また参加者にインタビューをしたり、時には参加者同士で話し合いをさせたり、クイズをしてみたり、常に参加者の興味や関心を引き付けるためのしかけが必要です。時にはマジックなどを使ってあっと驚かすような演出も効果があります。ディズニーランドのアトラクションが何度行っても新鮮でワクワクするのはこの楽しませる技術がふんだんに使われているからです。列に並んで待っている間もお客様を飽きさせないためにキャストは様々な方法で楽しませてくれます。

時の経つのも忘れて本当に楽しいと思って過ごすことで、参加者の学習効果はアップし、伝えたいメッセージがより伝わりやすくなります。またここに戻ってきたいと思わせることも大切なツアーのマーケティングになるのです。

2-6 グループマネジメントの技術

ツアーは形態によっても異なりますが、通常複数の参加者によって催行されます。ガイドは、ツアーの時間内はこのグループの責任者であり、すべての責任を負っています。参加者全員が心地いい時間を過ごすことが出来るように次のことに気を付けましょう。

① 参加者管理

参加者同士が安心して緊張感なくツアーに参加することで事故などを未然に防ぐことが出来ますので、参加者同士が話しやすくなるためのアイスブレイクなどの時間を取ることも大切です。またガイドは、参加者が平等に話を聞いたり、体験したりすることできるように工夫をしたり、参加者の反応を見て伝えたいことが伝わっているか確認します。参加者の体調や表情をチェックして必要であれば配列の順番を変えたり、ツアー内容を変更したりして無理なくツアーを続けられるよう常に気を配ります。

② 時間管理

ツアーの催行で一番大事なことは時間管理です。決められた時間に始まり、決められた時間で終わることが出来るように時間管理をしっかりしましょう。ツアー参加者のその後の予定に支障をきたすことがないように、事前に参加者の予定を聞いておくといいでしょう。ツアーには予期せぬことがしばしば起きるものです。そういう際にもしっかりと対応できるように、ツアーは下見を何度も重ね、急な事態においてはツアールートを変更したりするなど、自然環境の変化に対応できるような準備も必要です。

③ 安全管理（緊急事態の対応術）

さらにガイドに求められることは、参加者が怪我や事故に遭うことなく無事にツアーを終了することです。あたり前のことですが、そのためには十分な事前の準備、万が一の事態に備えてどういう対策をとるべきかをしっかりシミュレーションしておく必要があります。地域との連携が必要な場合が多いので日頃から良い関係を構築しておくことや、定期的な研修会を開いて仲間と体験(ヒヤリ、はっと)を共有し、対応策を事前に考えておきましょう。

第3章 インタープリテーションへの挑戦

3-1 なぜインタープリテーションが必要なのか？

こんな引用をどこかで目にしたことはありませんか？

“In the end, we will conserve only what we love; we will love only what we understand and we will understand only what we are taught.” By Baba Dioum (1968)

セネガルの林業エンジニアで環境活動家としても有名な Baba Dioum (バーバディオウム) が、1968年にニューデリーで開催された国際自然保護連合総会の会議で述べた言葉だそうで、いろいろな人によって訳されていますが、「**結局のところ、私たちは自分たちが愛するものだけを守り、私たちは自分が理解していることだけを愛し、教えられたことだけを理解します。**」といった意味で、自然や環境保護に関わる人達の中では非常に有名な言葉の一つです。私も何度もこの言葉に出会い、そしてインタープリテーションの意味はまさにこれにつきると思っています。

つまり、人は学び、理解し、大事にしたいと思ったことしか守っていこうとしないということではないでしょうか？知らないことに対しては興味も生まれませんし、ましてそれを大事にしようという気持ちは芽生えないのです。阿蘇の草原のすばらしさを知らない人に阿蘇の草原を守っていくことを伝えても心に響かないということです。ですから、阿蘇の大事な資源としての草原を次世代につないでいくために私たちが今抱えている大きな課題は、このすばらしさをいろいろな形で来訪者にも地域住民にも伝えていくことなので、阿蘇の草原を自分とつながりのあるものにしていくことなのです。そしてその役割を担っているのがインタープリターと呼ばれるあなた、“阿蘇ガイド”なのです。

単なる案内人（説明をする人）ではない

本書で何度もお伝えしていることは、ガイドは単なる案内人ではないということです。目に見えるものを説明するだけでは十分ではありません。前述のようにそこには地域住民の思いや、阿蘇の草原を保全していく為の大切なメッセージなど、本当に伝えなくてはならないテーマがあるはずです。よって、それを正確に、楽しく、心に残る形でツアー参加者に伝える為には、インタープリテーションの技術を学ぶことも大切です。

3-2 インタープリテーションにはテーマとストーリーがある。

ガイドの長い説明を聞いて「それで何を言いたいのか？」と感じたことはありませんか？

ガイドの説明もあっちに行ったりこっちに行ったり、目の前の見えるものを話したと思ったら全く関係のないことを思いつきで話し始めたりなどどんどん話題が脱線して行って、結局何が言いたかったのかわからなかった、というような経験です。

演劇やドラマと同じようにガイドツアーにも必ずテーマ（主題）が必要で、そのテーマを伝えるためには起承転結のストーリー（物語）が命となります。このストーリーによって難しいテーマであってもわかりやすくなり、具体的に身近なことと比べたりしながら、参加者は自分事としてガイドの話に引き込まれていくのです。

テーマがないツアーは結局何を伝えたいのかわからない迷走したツアーになってしまい、目の前のことを紹介するだけの案内で、インタープリテーションとは言えません。

3-3 インタープリテーションにはしっかりとした構成が必要

いずれにしてもインタープリテーションには、しっかりとした構成が必要です。その為にはテーマは何か？それをどう伝えるのか？そしてあなたが一番伝えたい（持って帰ってもらいたい）メッセージは何なのかをしっかりとガイドプログラムの中に整理して組み込んでおく必要があるのです。

テーマとは、あなたがガイドツアーで伝えたいことです。これがあることでインタープリテーションの目的が明確になります。そして、このテーマを伝えるための起承転結がストーリーです。5W1Hで構成することも可能です。

ツアーの最初にテーマを紹介しておくこと、そしてツアーの最後にまとめとしてもう一度テーマに戻ってくることで、参加者が何のためのツアーだったのか、伝えたいメッセージは何だったのかを考える機会を提供します。テーマは設定した言葉をそのまま伝えるやり方もありますが、あえてその言葉を引用せずにツアーが終わった後、思い出してもらいたい印象的な一言（メッセージ）、たとえば、

「100g のあか牛肉を食べることがおよそ 4 畳半（7.5 平方メートル）の草原維持につながります。」といった言葉を引用することで“草原保全の重要性を伝える”というテーマに関して参加者にも何ができるのかを考えてもらうことが可能です。

ツアーの長さや難易度も様々ですが、全体としてどのようなストーリーを構成するかはドラマの演出と一緒に、緩急をつけることで興味を持続させることが可能です。

例えば、阿蘇で生まれて育ったガイドであれば、阿蘇の草原からの様々な恵みを子供の頃に経験したことや、祖父母に聞いた話を引用するのもいいでしょうし、お盆の頃に盆花を摘みに行った話やアサギマダラのチョウを追いかけたことからストーリーを展開することも可能です。牧野を維持するために必要な野焼きや輪地切りなどの苦労を語る際にも、どれほど大変なものなのかが容易に想像できるような体験話や草原全体でどれくらいの輪地切りの距離があるかを語ってもいいかもしれません。ストーリーは参加者に馴染みのある話題を提供したり、知っていることと比較したりすることでより身近なこととして考えることが可能になります。以前に参加したツアーの中で、阿蘇の火山の噴火のメカニズムを聞いたことがあります。その時に使っていた小道具と説明の仕方は素晴らしかったです。大きなトレーの中に小麦粉を入れて、その中にふくらました風船を忍ばせておいて外から針でぷすっとさすと小麦粉の中の風船がしぼんで真ん中が陥没し、くぼんでカルデラのような形状が生まれます。阿蘇

の火山が噴火した後に形成されたカルデラの様子がよくわかりましたし、ドラマティックな展開に見ていた学生たちからも歓声が起きました。このように言葉で説明しても伝わりにくいことは小道具を使って見せるとわかりやすいだけでなく、参加者の興味を持続させるのに大変有効です。この日のツアーのハイライトはまさにこの瞬間でした。



このようにプログラムのどこにハイライトをもってくるのかも、ガイドツアーのルートや、時間配分、あるいは見晴らしのよい場所や、ゆっくり話を聞いてもらえる環境、参加者の状況なども考えて、一番心に残るだろうと思えるタイミングを考えて決めていきます。次にどんなことが起きるのかというワクワク感は、人間の脳を快の状態に導き、アドレナリンやドーパミンという脳を活性化させる神経伝達物質が出て、エネルギーがあふれ出します。これにより、疲れを感じない、またはプラス思考になり、ガイドが伝えたいメッセージが受け手に伝わりやすくなるとも言えます。聞き手の聞く耳をガイドに向けるためにも効果的な方法です。

ツアーの構成を考える作業は、何度も何度も校正をしながら作り上げていくものですからトライ＆エラーの連続かもしれません。あるお客様にはうまくいっても違うお客様や外国人に対してはまったく通用しないこともあるでしょう。つまりインタープリテーションの中身は、ゲストをよく知ること、何に興味があって、何を体験するために今日ここにいるのか？そして何が心に刺さることなのかを多面的に理解しておく必要もあるのです。

ゲストに応じた臨機応変な対応～楽しくなければツアーじゃない～

一方で準備は万端にしたとしても必ずしもそれが100%通用するわけでもありません。お客様の情報も十分に事前に得られない場合もあるでしょう。その時に重要なことは、参加者の反応によっていち早く参加者の興味の対象をピックアップすることです。ですから、ガイドにとって事前の勉強や準備は非常に大事です。そしてその時と場合に合った最良のガイドコンテンツをたくさんの引き出しの中から取り出してその日のツアーを完成させることが求められます。それは知っていることをすべて話しまくる作業ではありません。たくさんの知識や情報は必要ですが、その出し方は時と場合で臨機応変に対

応することが求められるきわめて高度な作業なのです。しかも、ガイドツアーは楽しくなければ商品とはなりません。高いお金を払って遠くからこの日の為に来ていただく参加者が満足していただいて初めて商品としてのガイドツアーとなるのですから、参加者が「まるで大学の授業のようで緊張した」「話が難しくてよくわからなかった」「話を聞いていて疲れたなあ」などと感じたとしたらそれはお金をいただく商品としてのガイドツアーとしては失格です。

草原の価値や保全を伝えるツアーをいかにわかりやすく、楽しく体験していただき、ガイドツアーをきっかけに草原の価値について考え、自分事としてこれからの行動にも変化を与えるようなツアーを実現するために、あなたならまずどこから始めますか？

テーマ、ストーリー、メッセージ、ハイライトの考え方（事例）

1. テーマ **”阿蘇の草原保全の重要性を伝える“**
2. ストーリー（物語と同じように起承転結、5W1Hの情報を入れて論理的に組み立てる）
草原で草をはむあか牛の光景は誰でもがカメラを向けたくなる阿蘇の典型的な光景です。（こんな光景を見ながらストーリーが始まります）
皆さんが目の前でみているこの光景がなくなってしまうかも？（問題提起）
そもそも草原はなぜ必要か？（Why）
この草原を維持するためにいつ頃から、誰が、どんなことを続けてきたか？
（When,Who,How）
今、その草原を維持するために直面している課題は何なのか？（What）
草原がなくなってしまうとどんなことが起きるのか？なぜ？（What, Why）
では、この草原を守っていくために我々が何を、どのようにできるのか？（What,How）
3. メッセージ **なぜ阿蘇の草原を守っていくことが大切なのか、あなたの草原への思い**
4. ハイライト ストーリーの中のどこにハイライトをもってくるのか、全体構成を見ながらドラマティックな演出を考えます。これは、あなたがメッセージを伝える瞬間でも、WOW体験をする場所でもいいでしょう。いつ、どこで、どんな体験を提供するのが一番効果的か考えてみましょう。

第4章 プログラム作りの手順

ガイドツアーのプログラム作りは徹底的な調査とツアーのテーマづくりから始まり、シナリオを作成して、そのシナリオに沿ってツアーを組み立て、コースを設定していきます。そして実際にツアーをやってみて必要な修正を繰り返し、本番を迎えます。ツアー実施後も修正点の確認、お客様からのフィードバックなどを元にさらに修正を繰り返す終わりのない長い旅路です。これが、ガイドにゴールがないという所以です。今日より明日そして1年後というように、ガイドは毎日少しずつ進化することが大事です。本当にすぐれたガイドはこの努力を継続して行っている人だと言えます。始まりのレベルは関係ありません。どこからスタートしても常に進化し続けることを目指して頑張ってみましょう。

プログラムの企画から実施までの流れはだいたい以下のような手順で行われます。

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

4-1 素材を見つける（地域の宝探し）

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

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

あなたにとっては日常のことで珍しくないと思っているものの中に、外から訪れる人が驚くほどの宝が隠されている場合もあります。したがって参加者の視点であなたのフィールドの素材と一緒にみつめてくれる人のアドバイスも重要です。同じ宝を見ても受け手の興味や年齢、置かれた環境によっては受

けるインパクトが違います。それぞれのマーケットのニーズにあった組み立ても必要です。さらにそれらの素材がどの季節のどのタイミングで一番印象強く見せることができるか、体験してもらうことができるかも事前に調査しておきます。これらが、ツアーを作る際のプログラムのコンテンツとなります。

4-2 プログラムのテーマを設定する

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

ただし、テーマに込めるメッセージは1つに限定します。またテーマは短く、簡潔な一文で表現します。今日のツアープログラムを実施する目的が明確であるほどツアー参加者はあなたのインタープリテーションから必要な情報を受け止めやすくなるはずです。(2-2「見せる技術」③テーマ、メッセージ、ハイライトの項参照)

4-3 シナリオを作成する

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

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

ガイドからの一方向の伝達ではなく、相互にコミュニケーションできる機会を入れ込むことも大切です。そしてプログラムの最後には、まとめの時間をとってあなたが本当に伝えたいメッセージがツアー参加者に伝わったかを確認します。(具体的な「見せ方の技術」「伝える技術」については2章2-2, 2-3を参照)

4-4 素材を活かすための調査(フィールド調査、文献調査)

あなたのフィールドにある素材が、地域独特のもので希少性が高ければ素材の商品価値がさらに増していきます。そこにはかなりの専門的な知識も必要になってきます。素材をより魅力的なものにするためにも、フィールドや文献を活用した調査を繰り返し、「いつ、どこで、どんな生き物(現象が)、どれくらい、どうしているのか」を継続的に記録し、それを季節のカレンダーとともにひとつの暦に落とし込む作業(フェノロジー調査)を行います。

さらにこの暦に地域の季節の行事や産物なども書き加えるとより素材の幅が広がります。そしてその

情報を地図に落とし込む作業も合わせて行います。

これらの情報が、ツアーのコース設定や季節によってコースを変更する場合に参考になり、地域独特の素材に磨きをかけることができるのです。また、今回環境省がまとめた「千年の草原を活用した持続可能な観光ガイドライン2023」の解説資料では、阿蘇の草原の基礎的な情報とインタープリテーションにおいて留意するポイントが整理して掲載されていますので、シナリオ作成の参考にすることをお勧めします。

また、東海大学観光ビジネス学科エコツーリズム研究室のかつてのゼミ生たちと阿蘇で行った宝探し調査を「阿蘇のカルデラこよみ」(南阿蘇編、阿蘇編)としてフェノロジーカレンダーにまとめ、宝の季節を明らかにし、裏面には「阿蘇の宝マップ」として宝の所在を地図で表しました。参考までにご紹介します。(現物は阿蘇山上ビジターセンター等にて掲載中)

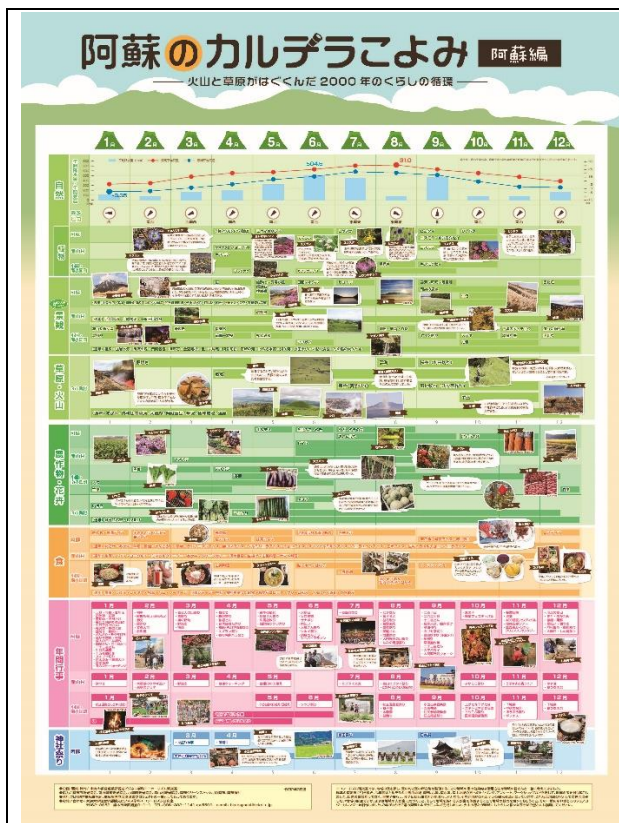


表 (南阿蘇編)



裏 (南阿蘇編)





表（阿蘇編）



裏（阿蘇編）

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

4-5 プログラムのコース設定、実施計画作成

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

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

また、季節やその日の天候などによってもコースを変更したり、所要時間を変更したりすることが

求められます。ツアー参加者にとって今、何が必要か、伝えたいメッセージを伝えるためにはどういう方法が一番有効か、いかに安全にツアーを催行できるかを常に考えていることが大切です。

4-6 実施のための準備

① ツアー募集（価格の設定、販売方法）

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

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

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

後者の場合は、人数が多くなり過ぎることによるツアーの質の低下を考えて、最大催行人数を決めておく必要があります。また、ツアー募集においては、最大催行人数（＝ツアーの定員）に加えて、最低催行人数、ツアー実施日時、天候による実施の有無、集合場所、集合時間、解散予定時刻と場所なども設定します。

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

一般的には、ホームページを作成しインターネットで集客、募集パンフレット作成、新聞やテレビの宣伝利用、地域観光情報（イベント情報）誌の活用、旅行誌やガイドブック、OTA（オンライントラベルエージェント）への掲載、旅行博や商談会への出展、観光協会や地元の宿泊施設からの誘客、会員組織を作りDMやメルマガ利用、情報誌の発行など、またSNSを活用したインフルエンサーを使っている口コミなども効果があると言われています。どれか一つの方法を選択するのではなく、季節やターゲットの顧客層に合わせて、あるいは催行までの時間に合わせていくつかの方法を組み合わせる集客する方法もありますので、それぞれのメリット・デメリットを考えて有効な手段を選択しましょう。

さらに、阿蘇の草原を活用した各種ツアーについては、草原の維持管理の為にツアー参加者にも草原の保全料をお願いしています。気持ちよくご協力いただけるよう、草原の価値や保全の意義、ならびに草原の魅力などをツアーの告知内でもしっかり説明をして、保全料への協力にご理解いただけるようにしておきましょう。

② 申込の受付

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

参加される方の年齢、健康状態、健脚度、興味などについても事前にできる限り知っておくと、ツアーの進行がスムーズにいきます。申し込みの受付の際に簡単に記入できるアンケートを用意しておくといでしょう。また、今後のツアー募集に役立つためにも、どのような方法でツアーを知って申し込みにつながったのかは確認をとっておくこともマーケティングの有効な材料になります。

③ 装備や資料の準備

ツアーを安全にしかも快適に過ごしていただくためには、装備には万全を期することを心がけましょう。雨具や、雪道を歩くときの装備など、天候に大きく左右されるフィールドにおいてはどんなものがあれば便利か、安全管理に常に気を配り、ツアー参加者に準備してもらうものは募集時にしっかり告知しておきます。

また、ツアー参加者がツアー中の自然観察や体験プログラムに役立つもの（双眼鏡や虫眼鏡、地図やジオラママップなど）は、装備品に加えておくといでしょう。

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

④ リハーサル

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

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

また、どこの場所で何時くらいに休憩を取るか、昼食を食べさせるか、また写真を撮る場所ならどこがいいか、予想外に時間がかかった場合にどこで時間調整をするかなど、実際のツアーのシミュレーションをしておくことは重要です。

ツアーの参加者の中に高齢者や身障者などがある場合、コースを一部変更したり、サブガイドを

置いて2グループに分かれたりすることが必要な場合もありますので、ツアー参加者の状況に応じていくつかのパターンでツアーの中身を変更することも視野に入れて準備しておきます。だいたいリハーサルでかかる時間の2割増しの時間がかかることを見越してツアーはゆったりと行程を考えおきましょう。

*サブガイドの役割

人数の多いグループの案内をする時はチーフガイドのサポート役としてのサブガイドがいることで全員に正しい情報を伝達するだけでなく、参加者全体の安全管理のためにも有効です。サブガイドは、ツアー客の後方において参加者の中でグループから離れてしまう人が出ないように誘導したり、チーフガイドの説明がきちんと後ろまで伝わるように客の反応にも注意しながらチーフガイドをサポートします。また行程の中で援助が必要な場面（川を渡る、足場の悪い場所を歩くなど）では客に手を貸して安全確保に努めます。その他、緊急時にはグループを分けて行動しなければならない場合も出てきますので、その際には臨機応変にグループの誘導をしたり、緊急事態に備えた行動がとれるように準備しておきます。サブガイドはチーフガイドの目や耳となってお客様をケアし、ツアーが円滑に進むようにサポートします。

4-7 プログラムの実施

① 集合

➤ 時間厳守

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

➤ サインボード（立て看板やのぼり旗）などの設置

集合場所がわかりにくい場合は、参加者がすぐにガイドを見つけることができるようなサインボードや目印になるものを設置することも必要です。当日、参加受付や参加費の授受が必要な場合は、手続きができる簡単な机や必要な文房具、釣銭などの用意も必要かもしれません。当日の現金のやり取りをなるべく避けるためにもキャッシュレスでの支払いができるようなアレンジも顧客サービスとして必要でしょう。

➤ 連絡手段の確保と事前告知

当日の突然のキャンセル、追加参加、あるいは天候などの状況の変化でのルート変更など様々な状況に臨機応変に対応することも必要となりますので、確実に連絡が取れる機器の準備と連絡先の事前告知も必要です。

➤ 服装と身だしなみ

ガイドの服装もプロとしての心掛けとして大事な要素です。ツアーの内容に適した服装を

心がけましょう。(ウェア、靴、ゲートル(スパッツ)、雨具、その他必要な小物など)初めて会うツアー参加者にとっては、ガイドの身だしなみで信頼感、親近感、安心感などを抱くものです。清潔でかつ手入れが行き届いた服装であること、靴や持ち物、髪型、爪、男性ならば髭などの身だしなみもチェックしましょう。初めて会う人が多いツアーでは、参加者からガイドの名前がすぐわかる名札も必要です。

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

➤ 挨拶

集合時にツアー参加者にする最初の挨拶でガイドの第一印象は決まります。明るく、フレンドリーでしかも参加者を歓迎する態度で挨拶しましょう。挨拶に一言加えるとより温かみが出て親近感が増します。全員がそろそろまでの待ち時間でその日のグループの雰囲気を作り上げることが可能です。参加者と親しくなり、初対面同士のツアー参加者の気持ちが少しでもほぐれるような雰囲気を作る必要があります。

ただし、参加者はあくまでお客様ですから言葉遣いには十分に注意しましょう。敬語が正しく使えているか、また子供に対する表現は適切であるか、外国人など文化の違いに対応しているかなど、仲間同士でのチェックも必要です。

② 自己紹介・ツアーの説明・装備チェックなど

プログラムは時間通りにスタートさせることが大事です。遅れてくる人のために時間通りに集まっている人を待たせると、それは不満の原因になります。遅れて来た人への対応は、サブガイドが対応するなど、別途考えておきましょう。

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

その後、グループの緊張をほぐすために**参加者の自己紹介を兼ねた簡単な「アイスブレイク」**をしたり、**準備体操**などをしたりします。これはプログラムの内容によっても臨機応変に組み入れます。そして、**その日のツアー内容について説明**します。ツアーのテーマが何であるかをきちんと組

み込んだ説明を準備しておきます。ここでのポイントは、ただ話をするのではなくポイントを押さえて簡潔でわかりやすいことです。あまり長く時間をとっていると、せっかくこれからツアーを始めようと期待が盛り上がっている参加者の気持ちが萎えてしまいます。

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

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

③ ツアー開始

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

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

④ ツアー中

ツアー中にガイドが注意しなければならないことは以下のようなことです。

➤ 地域社会や自然環境に与える影響を最小限にする努力

ツアープログラムで訪問する場所に対しての負荷を最小限にする努力をします。ツアーが入ることによって、一部の人だけが利益を得たりして地域の社会構造が変わってしまったり、地域内でトラブルの原因になったりすることがないように配慮します。また、外部から人が入ることによって、訪問地域の自然環境が変わってしまうことがないように十分配慮します。

また、ツアーで利用するようになってから、地域がどんな風に変化しているのかも定期的

にチェック（モニタリング）をして、負荷や影響を最小限にするように努力します。

阿蘇の草原をフィールドとして活動するガイドの為には、環境省でまとめた「千年の草原を活用した持続可能な観光ガイドライン2023」に詳しく解説がありますのでご参照ください。特に、草原を活用する場合には、口蹄疫対策に十分に留意する必要があります。

➤ コミュニケーション、プレゼンテーション、インタープリテーションの技術

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

“楽しく伝える”ことを念頭に、効果的な手法を用いて伝えることが大事です。（具体的な「伝える技術」については第2章2-3を参照）

自然の中では、特に五感をフルに活用させ、体験をベースにした方法が参加者の印象に残ります。また、具体的な説明をする際には、ひとつの場所での参加者の集中できる時間はおよそ3分間と考え、長い説明を同じ場所で続けることを避けます。また、何分歩いたら止まって説明、また歩いて説明といったワンパターンの構成は飽きてしまいます。全体に緩急のリズムを付けてツアーを構成するといいでしょう。

あっと驚くようなサプライズ演出はツアーにメリハリをつけるのに効果があります。また、自分の体験談やツアー参加者が既に知っている事例と比較することでより事象についての理解が深まります。

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

その他、ツアー参加者の年齢、性別、興味のある事項などの事前の調査に基づいて、一番適切な方法を選んでメッセージを伝えるように工夫します。ガイドが一方向的に話をするのではなく、時折質問を投げかけたり、感想を聞いたり、参加者同士で話し合いをさせたりして、双方向でコミュニケーションをとりながら、ツアーを進めることが重要です。

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

➤ グループマネジメント

グループを一定期間管理する上で、ガイドは効果的なリーダーシップを発揮する必要があります。

ります。参加者全体がグループに溶け込んでいるか、またグループの前と後ろでガイドの案内に差が出ていないか、参加者一人一人の要求に対してうまく対処しているかなど、参加者が心地よく過ごせるために常に注意を向けている必要があります。

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

体力、興味に差がある場合、グループの統率が難しくなります。いつも時間に遅れる人がいて、他の参加者は待たされるばかりだったり、いつも先頭のガイドを独占してしまって、ガイドの話が列の後ろまで届かなかったりすると、他の参加者は置いてけぼり状態になって一気にツアーへの興味を失います。適正な人数を事前に調整したり、どうしても列が長くなったり狭い場所で説明をしなければならない時には、ある程度のスペースがある場所で説明をして、次のスポットまで止まらずに歩くとか、サブガイドに後半の参加者を任せるなど、時間管理とともに、人の管理にも心を配りましょう。

➤ 文化の違いについての理解や対応

地域性や国柄によって文化の違いがあることを理解しましょう。ボディランゲージひとつでも知らずに不愉快な気分させることもあります。

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

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

➤ コメンタリー（解説や説明のコンテンツに関して）

ツアー中に伝える内容については、常に情報をアップデートし、最新の情報を正しく伝えるようにします。そのために、関係機関との連携を密にして新しい情報を共有できるよう日頃から心がけましょう。所属団体や自治体、観光協会などが主催するコンテンツの勉強会や定期的なガイド研修には積極的に参加するようにしましょう。

仲間のガイドするツアーに参加したり、お互いに評価しあったりするのも技術の向上のためには有効です。他のガイドから学ぶことはたくさんありますので、積極的に他のガイドのツアーに参加してみることをお勧めします。

伝える内容の組み立てに関しては、テーマに対して十分なリサーチがされていること、また論理的な順序で紹介されていること、適切な語彙を使った説明であることなど、ツアー参

加者が分かりやすく、また、興味を引く形で提供するように工夫します。

なお、阿蘇の草原をガイドする方のためには、「千年に草原を活用した持続可能な観光ガイドライン2023」の解説資料の中で最新情報を提供しています。またインタープリテーションのポイントについても詳しく解説していますので、ぜひご活用ください。

➤ 安全管理とリスク管理

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

■ リスクの対象

リスクの対象としてはツアー参加者、ガイドや従業員、フィールドならびにツアー中に関係する財物などが考えられます。

■ リスクの原因となるもの

① 自然環境の危険

大雨、吹雪、強風、落雷などの気象関係、地震、津波、雪崩などの突発的な災害、落石、急斜面、土砂崩れなどの地形関係、危険な動植物、洪水、潮流などの水害など。

② 身体的な危険

病気やケガなど

③ 社会性のある人為的な危険

人間関係のトラブルや交通事故、道具の取り扱いの失敗によるケガ、ツアースタッフの意識の低さ、知識や技術不足などから起きる事故や財物の破損、盗難など。特に草原の場合は口蹄疫にも十分な留意が必要。

■ リスクへの対応

これらのリスクへの対応としては、日頃から安全対策についてしっかり話し合いを行い、万が一に備えたシミュレーションをしておくこと。また起きてしまった場合の補償を考え、保険への加入をしておくことです。最近ではエコツアーや自然体験活動専門の安価に加入できる保険も出ています。傷害保険、損害保険などについて、補償額や賠償額などを事前に十分検討して万が一に備えておくことが大切です。

突発的な事故に対しては、冷静に対応できる知識と技術を身につけておくことが必要です。特に救急法講習会を受講したり、AEDの設置場所を確認したり、使用法をマスターしておくことも重要です。万が一に備えていつも躊躇なく対応ができる

よう、仲間同士で復習するなど定期的な訓練も必要です。

その他、緊急連絡網を作成（電話だけでなく、グループ LINE など）し、最寄りの医療機関や警察、消防などの連絡先を確認するとともに、地域との連携を日頃から取っておくことも、いざという時に速やかに救助活動ができる体制を作る助けとなります。

ガイドは、いつ、どこで何が起きるか分からないだけに常に緊張感をもってツアーに出ることが必要ですが、誰でもひやりとしたり、はっとしたりすることはあるものです。ガイド仲間ですらそういった「ヒヤリハット体験」を共有することも経験から学ぶことが出来るので有効な手段です。

また、参加者に対しても、ツアーに参加する際に、リスクと安全管理についての情報提供をしておくことが必要です。

➤ 時間管理

■ 時間の過不足が生じた際の対処術

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

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

1) ツアー中に10分程度の自由行動の時間をとる

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

2) コースの中にショートカットできる箇所を考えておく

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

同じように時間に余裕がある場合は、自由時間を取ったり、休憩時間を長めにしたり、何もしない時間を楽しんでいただいたりすることでツアーにメリハリをつけ

ることも可能です。

⑤ ツアー終了

ツアー終了にあたっては次のようなことを確認しましょう。

➤ 時間通りに終了

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

➤ 効果的な結論

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

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

➤ 参加者への感謝

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

4-8 プログラムの評価

① アンケート

ツアー終了後に実施したプログラムがどうだったか、客観的な評価をもらい、それをもとにプログラムを改善していくことが大切です。そのためにも参加者からは必ずアンケートをとるようにします。ここではツアー参加者の満足度がはっきりわかるように、プログラムの構成に関して、時間配分や食事の内容、ガイドの内容、費用が適当だったか、マーケティングは十分だったか、スタッフの対応や安全管理などについてチェック項目を作り選択してもらったり、自由回答でツアーの感想や今後のツアー企画の参考になるようなコメント書いてもらったりするスペースを作ります。また、商品販売のための材料となるような顧客の属性についても情報を集めておくこと今後のテーマ設定、コース設定、広報活動などに有効に活用できます。

② フォロー

ツアー中に受けた質問など参加者からの宿題については必ずフォローするようにします。大事なことは、ガイドが知ったかぶりをせず、知らないことは正直に知らないと言うことです。即答できなかったことなどは、後日きちんと調べて丁寧に回答することでガイドの信頼度も増します。こういう誠実な対応がリピーターにつながります。

③ 振り返り

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

また、うまくいったことだけでなく、うまくいかなかったこと（時間管理やグループマネジメントなど）、その原因や対処法については、同じコースやプログラムを担当する仲間のガイドたちとも共有することで、ガイドの質の向上にもつながります。情報を定期的に共有できるような反省会を持ったり、フォーマットを決めて報告書の形で残しておいたりすると読み返すことができ便利です。特に、ヒヤリハットの体験については、大変参考になりますので必ず記録を残すようにしましょう。

④ クレーム対応

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

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

4-9 次回へのPR

一度ツアーに参加していただいた方の情報は、次回につながる貴重なマーケティングの材料となります。個人情報に関わるものも多いので、情報の取り扱いにはくれぐれも気を付けましょう。

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

一般的には、顧客リストを作りメールリストやダイレクトメール（DM）などの方法で情報を流す方法、ウェブサイトなどを作成してそちらを見ていただくように誘導する方法、あるいはツアーの申し込みと一緒に会員登録をしていただき、会報などを発行して情報を提供する方法、さらにクラブ組織のようにイベントなどの開催を定期的に行いながら、ファンを集める方法、さらに参加者のお友達などを誘っていただくと格安料金で参加できるなど特典をつけて集客する方法など様々な方法があります。商品としてツアーにお金を払って来ていただくには、ツアーの内容、ガイドの技術が優れていることはもちろんですが、集客のためのPRやマーケティング方法についても戦略的に予算を付けて考えることが必要です。

第5章 小道具の活用法

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

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

【活用できる様々な小道具】

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

【施設の活用】

ビジターセンター、動植物園、博物館、水族館などを効果的に活用することで、ツアー参加者へのメッセージをより伝えやすくなる場合があります。荒天などで予定した野外ツアーが催行できなくなった場合の代替プランともなります。

自然相手の野外ツアーの場合は、野生動物にタイミングよく遭遇したり、季節の植物がちょうどよく咲いている状態を見ることはなかなか難しいため、フィールドに出る前に動植物園などを活用し、ゆっくりと生態を観察して学んだり、動植物が分布している環境について知ること、実際にフィールドで野生の動植物を見れる・見れないに関わらず参加者の満足度を上げることが可能です。様々な施設の学芸員との連携により、インタープリテーションの内容をより充実させることが可能となりますので、ガイドの知識向上のためにも既存の施設を活用することをお勧めします。

■参考文献

(参考とした文献および情報は以下のとおりです。)

◆ 歩く旅をガイドするということ～エンジニアリングとしての接遇要件～

小林寛子著 2015 阿蘇エコツーリズム協会

(上記執筆のために参考にした文献は以下のとおり)

- Tour Guiding: Developing Effective Communication and Interpretation Techniques
R. Ballentyne, A. Crabtree, S. Ham/ Queensland University of Technology
- National Tour Guide Accreditation Program Guides of Australia
- EcoGuide Australia Certification Program Ecotourism Australia
- 「実践講座 インタープリテーション」2002
国土交通省観光部監修 財団法人・日本交通公社著
- 「インタープリテーション入門 自然解説技術ハンドブック」1994
キャサリーンレニエ著 食野雅子、ホーニング睦美 翻訳
日本環境教育フォーラム監修 小学館
- 「エコツーリズム さあ、はじめよう！」2004
環境省 財団法人・日本交通公社著

(今回の加筆にあたって参考にした文献は以下の通り)

- インタープリテーション
一意図的に「違い」を生み出すガイドのためのコミュニケーション術－2023
Sam H. Ham 著 山田菜緒子訳 山口書店
- The Interpreter's Guidebook
—Techniques for Programs and presentations—Fourth Edition 2015
Ton Zimmerman, Jim Buckholz, Brenda K. Lackey, Michael Gross 著
日本語訳 インタープリターズガイドブック (意味の探求を促すガイドの技術) 2023
山本風音 訳/山本幹彦 監訳 合同会社ラーニングアウトドア