

日本名：協同組合全日本通訳案内士連盟

英語名：Japan Federation of Certified Guides (略称：JFG)

事務所：東京都中野区中野 2-17-1 スカラベビル 2階

連絡先：(電話)03-3380-6611 (FAX)03-3380-6609、(e-mail) jfg@nifty.com

URL : <http://www.jfg.to/>

1. JFGの概要

沿革：

1982年6月15日：同業者団体、通訳案内業法、運輸省届出、国会請願、(12年)

1994年4月28日：事業協同組合、運輸省認可法人、中小企業等協同組合法、
全国区域(14年)

設立経緯：無資格ガイドの横行、JATAとJGAによるガイド料金決定、JGAの限界、
純粋なガイド団体の不在、

設立目的：社会的認知度を高め、ガイドの社会的/経済的地位の向上・確立を目指す

組合員数：総数：747名(2008年11月17日現在)

英498名、中76名、仏44名、独37名、西34名、韓32名、露22名、
伊21名、葡6名、タイ1名

組 織：理事：12名(理事長1名、副理事長2名、専務理事1名)

委員長/副委員長：(7委員会+1チーム)

総務、会計、新人研修、業務研修、事業推進、共同受注、編集、サイト
事務職員：5名

2. JFGの活動概要

特徴： ①全員参加の原則、希望委員会所属、ネットワーク作り

②相互扶助、情報交換、情報共有

③プロとしての意識/自覚の啓蒙、営業努力の奨励

④後進の育成

●教育事業：(新人研修委員会、業務研修委員会)

新合格者研修会(関東5日間/バス2台、関西4日間/バス1台)

業務研修会(関東/関西/中部地区、業務研修会、ブラッシュアップ研修会、プレゼンテーション研修会)

●共同受注及び斡旋事業：(事業推進委員会、共同受注委員会)

●情報提供事業(JFG通信委員会、サイトチーム)

機関誌「JFG通信」(年6回)、組合員専用ホームページ/データベースの充実、
メーリングリストの運営

●広報宣伝事業(サイトチーム、事業推進委員会、新人研修委員会)

ホームページ「新着情報」(年12回)、広報誌「JFGニューズレター」(年2回)、

新合格者説明会、出版(法学書院「通訳ガイド試験への招待」、「通訳ガイドの世界」)

3. 活動にかかわる課題

- 職業としてのガイドが、一般的に公正妥当に認知されていない。
- 無資格/無登録のガイド業務の横行により、ガイドの生存権が脅かされている。
- ガイド試験合格者数の急増により入会者が急増、研修会の受け入れ対応能力に限界→ガイドの質の低下

4. 現行の通訳案内士制度に関する意見

1) ガイド試験合格者数:

合格者数を市場の需給関係を全く無視し、言語にかかわらず増やしたことで、英語を中心に供給過多によるガイド料金の急激な低下と仕事の不足が起こっている。優秀な新人ガイドが業界に定着しなければ、インバウンドの将来に禍根を残しかねない。

2) 海外でのガイド試験:

日本国内の人材育成をめざさず、海外に住む外国人に日本紹介を“丸投げ”することで観光立国政策を推進しようという考えは本末転倒。中長期的にみて日本の国益に反するのみでなく、経験豊かな人材の枯渇をもたらす。日本政府のインバウンド振興策が最前線で働く通訳ガイドにとって朗報になり得ないのはおかしい。海外での試験催行を中止し、国内の人材育成へ政策転換をはかるべきである。

3) 通訳案内士登録証の更新制度:

業務の廃止又は死亡時には、本人又は相続人が届け出て都道府県知事が登録抹消するよう規定されているが、通訳案内士法の社会的認知度の低さからこの規定は有名無実。2011年までに5割ガイドを増やすという「観光立国推進基本計画」は、信頼性の低い数値に基づいている。5年毎の更新制度を復活するなどして、信頼性のある数値の把握が必要と考える。

4) 通訳案内士法の周知:

通訳案内士法の存在及びその法の精神を、旅行会社だけでなく地方公共団体、バス会社、ホテル、旅館、ハイヤー会社、観光施設等の業界にも周知徹底することを求める。外交ルートでの広報に加え、旅行博においてもPRしてもらいたい。

5) 市場の健全化:

観光立国を目指すならば市場の健全化を図るべき。日本企業も民族系旅行会社も同じ土俵で競いあうことが出来てこそ、観光立国としての基盤ができる。外国人によるかくも堂々たる違法行為の横行を看過し軽視しているのは、行政当局の重大な不作為、又は、職責怠慢と思わざるを得ない。

6) 観光立国政策の理念:

観光産業は参入しやすいが荒れやすい市場である。国は将来を見据えた確固たる理念とそれに裏打ちされた明確な方法論をうちたてるべき。

数値目標達成と経済効果の面ばかりが強調されすぎていると感じる。

質の悪いツアーを容認し続けている現状を見ると、観光立国政策において国が日本をどのように外国に紹介し、発信したいと考えているのか見えない。