

# ローカルガイドの現状・課題認識・論点設定

令和6年5月8日  
観光庁 観光地域振興部

# 1. 観光の現状

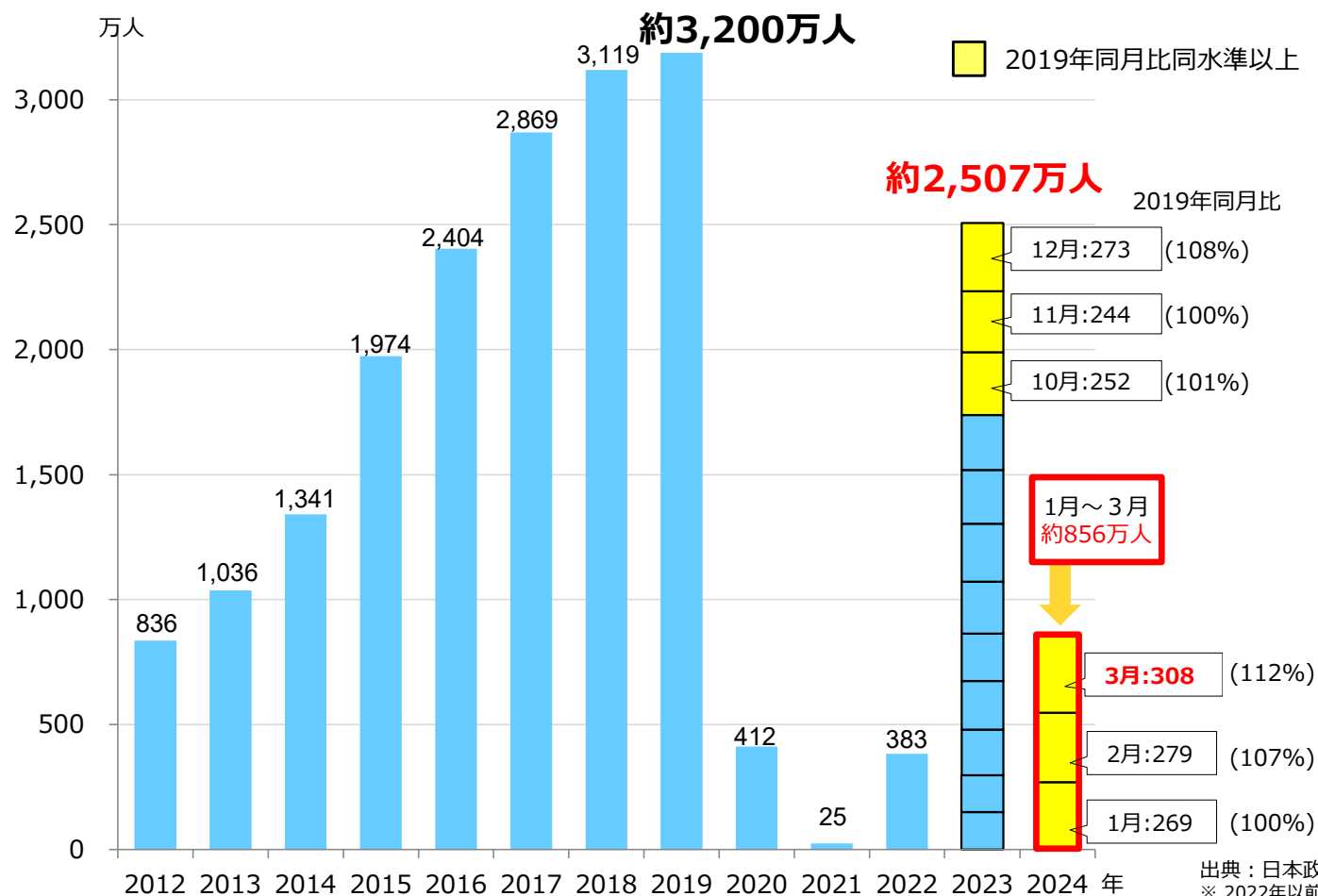


国土交通省  
観光庁

# インバウンドの状況(旅行者数)

- 2022年10月の水際措置の緩和以降、訪日外国人旅行者数は堅調に回復し、**2023年は2,500万人を超えた。**
- **3月の訪日外国人旅行者数は約308万人**とコロナ前2019年と比較すると**112%の回復**(中国からの訪日を除くと127%の回復) となり、**昨年10月より6ヶ月連続で単月ではコロナ前の水準を回復した。**
- **1月～3月の累計では約856万人**と**第1四半期で過去最高**となった。

訪日外国人旅行者数の推移



国・地域別訪日者数上位

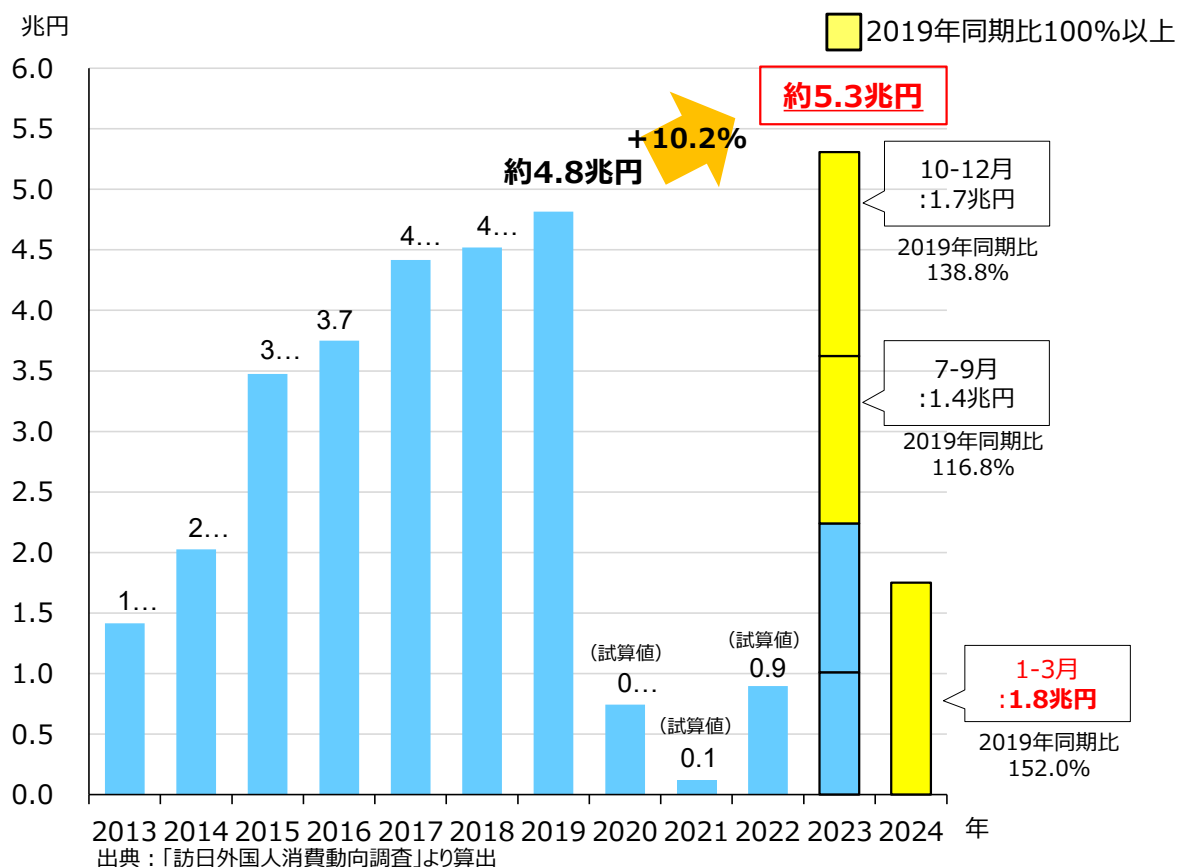
	2024年3月 (2019年同月比)
①韓国	66万人 (113%)
②台湾	48万人 (120%)
③中国	45万人 (65%)
④米国	29万人 (164%)
⑤香港	23万人 (135%)

出典：日本政府観光局 (JNTO)  
 ※ 2022年以前は確定値、2023年、2024年1月の値は暫定値、2024年2月及び3月は推計値

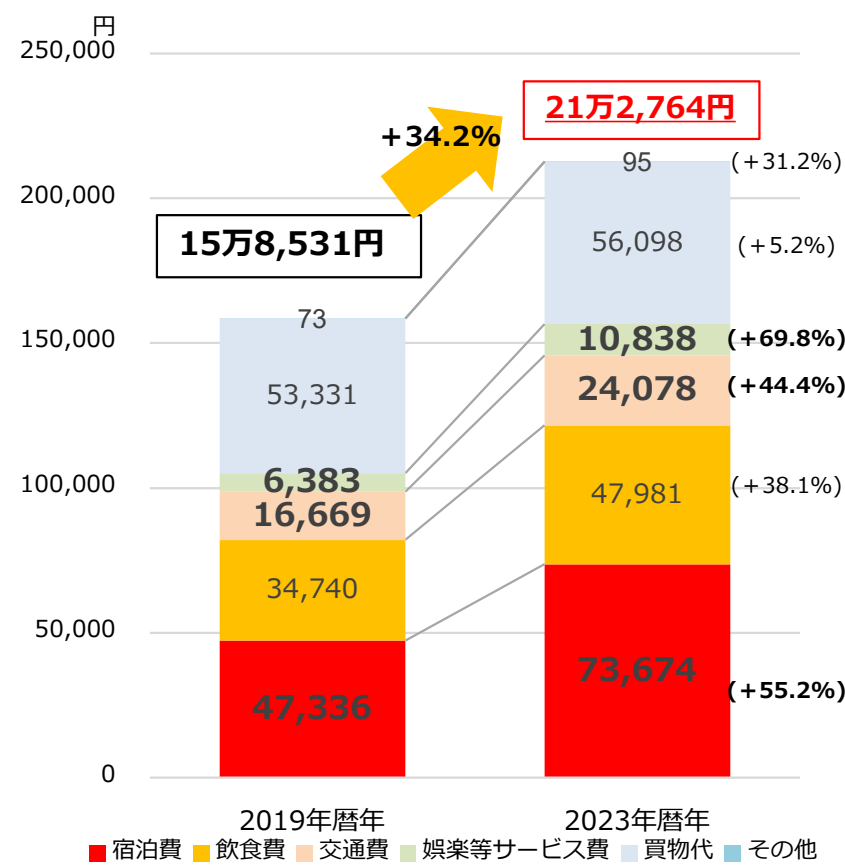
# インバウンドの状況(消費額)

- 2023年の訪日外国人消費額は、5.3兆円と過去最高**（2019年は4.8兆円。2019年比10.2%増）
- 訪日外国人（一般客）**一人当たりの旅行支出は、約21万円**（2019年比34.2%増）
- 費目別にみると、宿泊費、娯楽等サービス費、交通費等が上昇
  - ※平均泊数が伸びたこと（8.8泊→10.1泊）や円安・物価上昇の影響等が考えられる
- 2024年1-3月期**の訪日外国人消費額は、**約1.8兆円と四半期として過去最高**。  
一人当たりの旅行支出は、**約21万円**。

訪日外国人旅行者による消費額の推移



費目別 1人1回当たり旅行消費単価

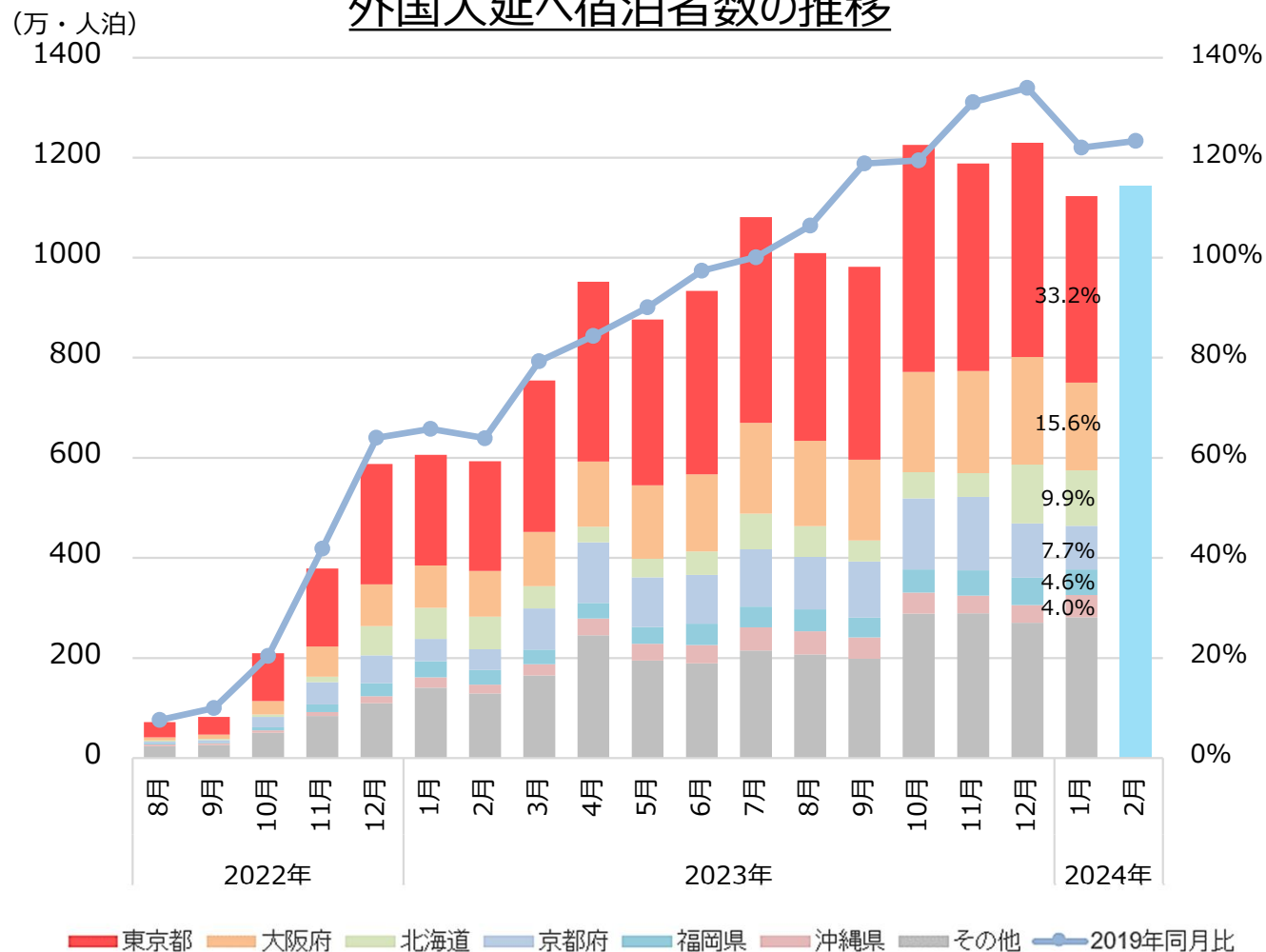


# インバウンドの状況(延べ宿泊者数)

○2023年の外国人延べ宿泊者数は約**1.14億人泊**で、**コロナ前の約99%まで回復**(2019年：約1.16億人泊)

○宿泊先は、**三大都市圏のみで約7割**を占め、コロナ前と比べて**偏在傾向**(2019年：62.7%→2023年72.1%)

## 外国人延べ宿泊者数の推移



## 都道府県別外国人延べ宿泊者数 (2023年)

三大都市圏※ トップ5		
	シェア	延べ宿泊者数
東京都	37.4%	4273 万人泊
大阪府	16.2%	1848 万人泊
京都府	10.6%	1212 万人泊
千葉県	2.8%	324 万人泊
神奈川県	2.3%	267 万人泊

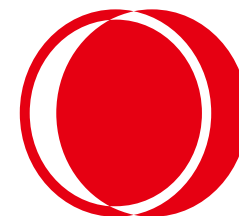
  

地方部 トップ5		
	シェア	延べ宿泊者数
北海道	5.9%	678 万人泊
福岡県	4.1%	474 万人泊
沖縄県	3.6%	415 万人泊
長野県	1.24%	142 万人泊
山梨県	1.16%	133 万人泊

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

※埼玉県・千葉県・神奈川県、東京都、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県

## 2.日本の魅力を最大限生かした 観光地形成に向けて



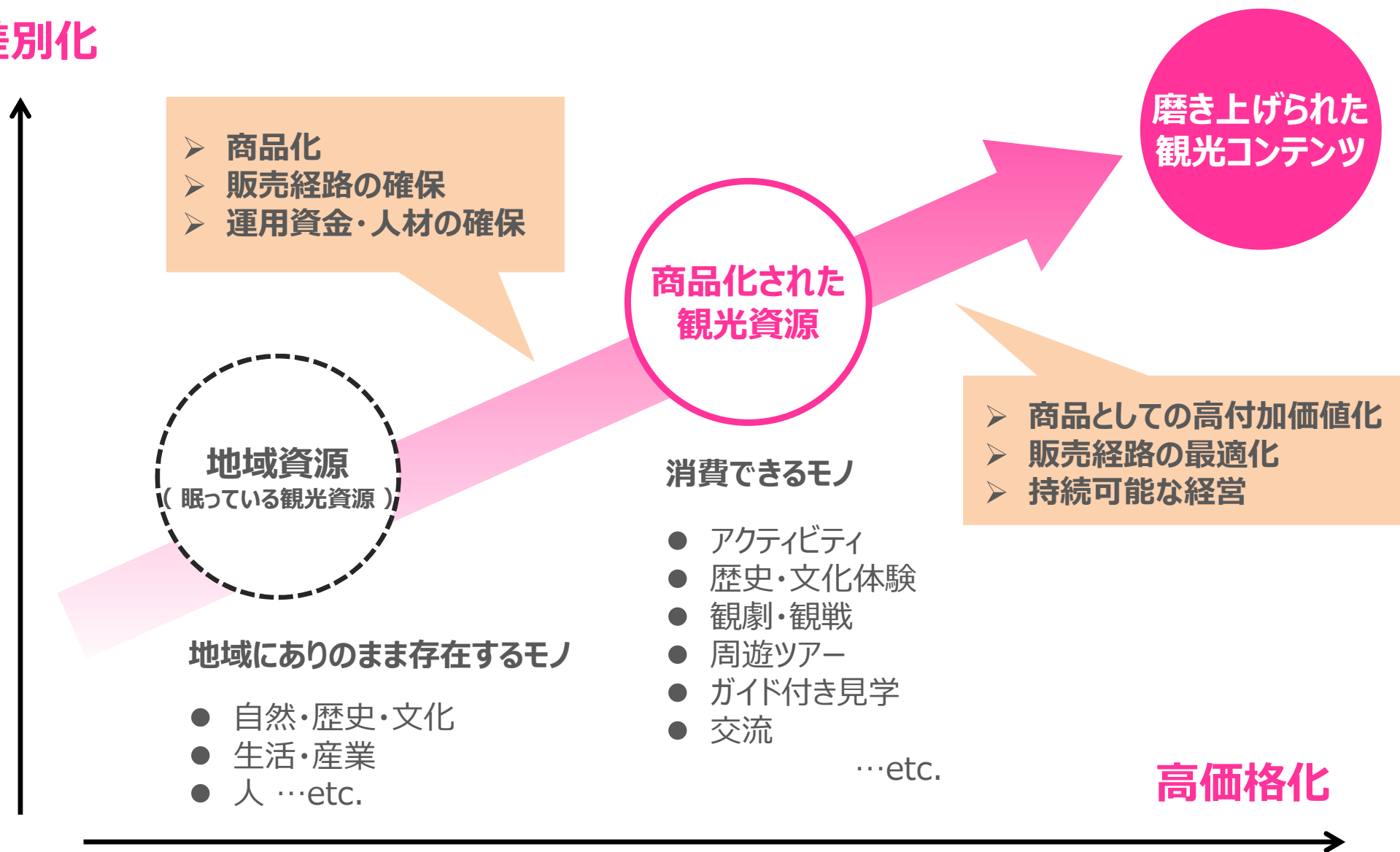
国土交通省  
観光庁

○ 日本全体や地域で育まれてきた歴史・自然・文化・産業等の中に眠っている地域素材



○ 商品化し、さらにコンテンツとしての磨き上げることで、他の地域との差別化が図られ、消費単価の向上につながる。

## 差別化





# コンテンツとしての価値の向上

- 体験型コンテンツについては、その地域の歴史文化・自然・暮らし・伝統といった地域の魅力を伝える **ガイドが必要**。
- インバウンドから特に訴求力の高いコンテンツは、  
**その地域が持つストーリー性を含めた「本物の体験」**を提供するもの。
- そのためには、体験価値の向上を重視したマーケットインの発想で、**地域固有の文化・歴史・自然等を生かした地域の魅力の精査・磨き上げ**を行うとともに、**その魅力を伝えるガイドが必要**。
- OTAに掲載されている口コミにもガイドに対する評価を記載している場合も多く、**ガイドの質はコンテンツの質に直結**。

## 「知る」

地域固有の文化・歴史・自然・食・暮らし等の地域の魅力の精査・ストーリーとしての磨き上げ

## 「使う」

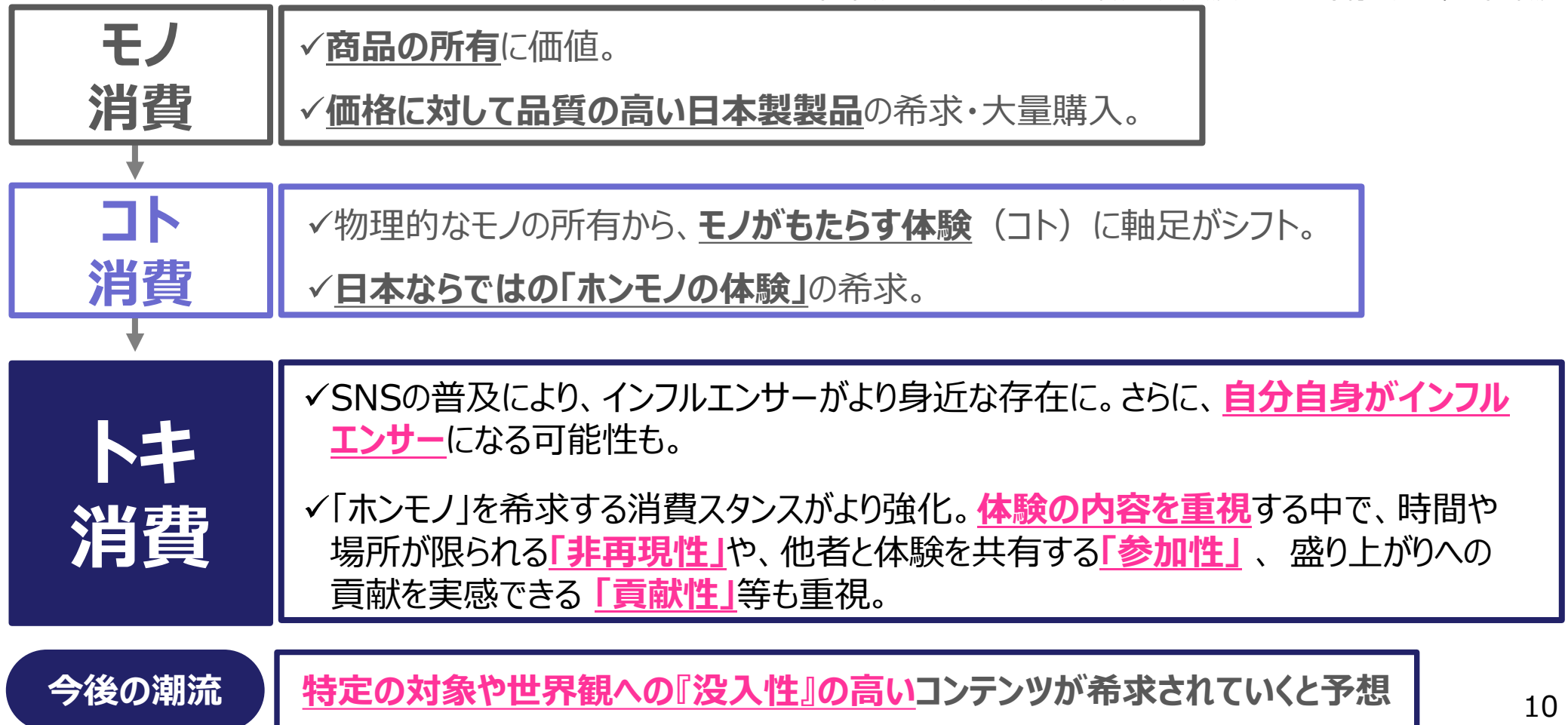
磨き上げた地域のストーリーを観光コンテンツとして商品化

## 「伝える」

磨き上げた地域のストーリーを「深く」「分かりやすく」伝えるためのガイド・解説環境の整備

- 消費傾向が「モノ消費」から「コト消費」へ、さらにSNSの普及等に伴い、**より体験の内容が重視される傾向**（トキ消費）。今後、**特定の対象や世界観への『没入性』の高いコンテンツへの希求が一層高まると予想**。
- 体験型コンテンツの満足度をより高めていくためには、**体験当日の会話や空気感などの不確定的要素も含めた質の向上**が不可欠。
- ローカルガイドは旅行者に最も近くで長時間接する**地域の顔**。地域での**体験の満足度を左右する演出家兼パフォーマー**として、**インタープリテーションやホスピタリティの質がこれまで以上に求められていくと推察**。

（出典）観光庁「世界的潮流を踏まえた魅力的な観光コンテンツ造成のための基礎調査事業」における調査結果をもとに作成



# 3.ローカルガイドに関するアンケート結果



国土交通省  
観光庁

## ■ 調査期間

令和6年3月19日～令和6年3月29日

## ■ 調査対象

観光地域づくり法人（DMO）

## ■ 質問方法

インターネットのアンケートフォームに回答を依頼

## ■ 質問趣旨

ローカルガイドを活用した高付加価値なコンテンツ造成を進めていくため、ガイドのスキルアップによる消費単価の向上やガイド事業者の経営改善を含め、地域でどのような取組が必要かを検討するために実施。

なお、ここでいう「ローカルガイド」とは、ガイドを行う地域又は周辺地域に在住（季節的な一時在住を含む）の有償のガイドを指し、「スルーガイド」とは地域から離れたエリアに在住し、旅程全体を通してガイドを行う有償のガイドを指す。DMOがマネジメント・マーケティング対象とする地域において、ローカルガイドとスルーガイドを兼ねる場合は、ローカルガイドという観点から回答。

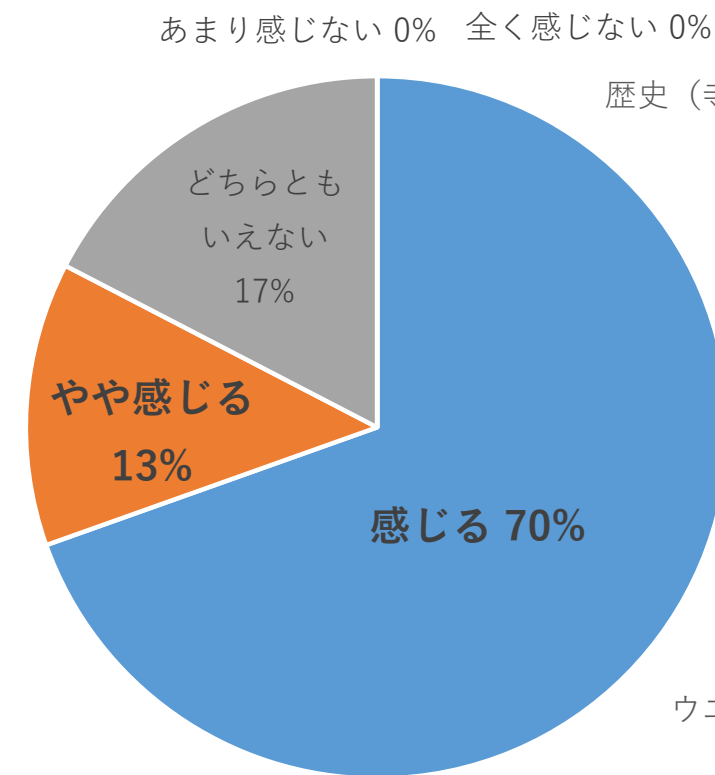
## ■ 回答数

93法人（回答率27%）

# インバウンド向けのローカルガイド人材の不足①

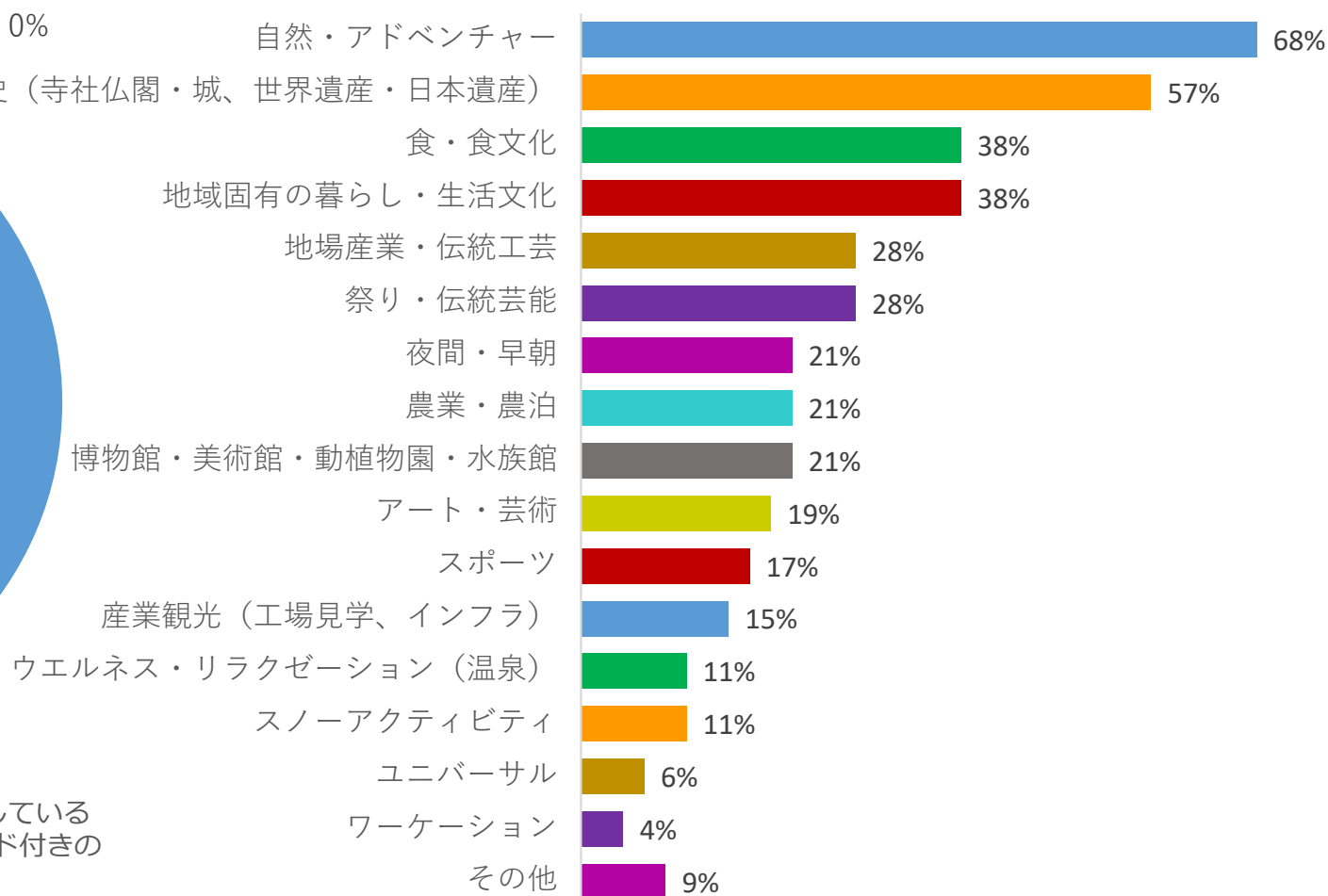
- インバウンド向けのローカルガイド人材の不足を「感じる」「やや感じる」と回答したDMOは約8割、「あまり感じない」「全く感じない」と回答したDMOはいなかった
- 人材不足を感じる分野は、「自然・アドベンチャー」が約7割と最も多く、次いで「歴史（寺社仏閣・城、世界遺産・日本遺産）」が約6割、「食・食文化」「地域固有の暮らし・生活文化」が約4割

## インバウンド向けのローカルガイド人材の不足を感じることはありますか



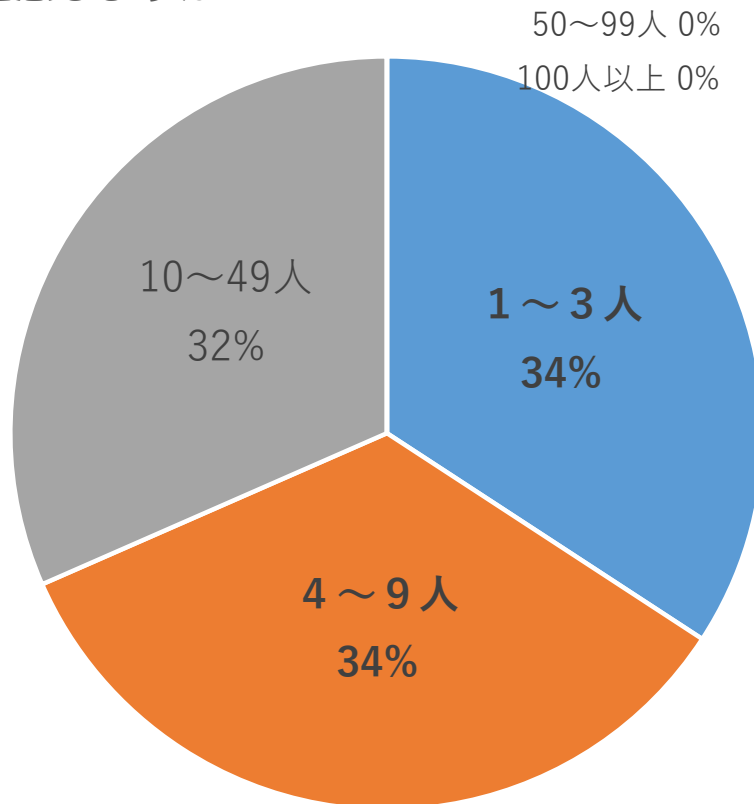
※DMOがマネジメント・マーケティング対象としている地域においてインバウンド向けにローカルガイド付きの着地型旅行商品を販売している47法人が回答

## インバウンド向けのローカルガイド人材の不足を感じる分野について、当てはまるものを選択してください（複数回答可）

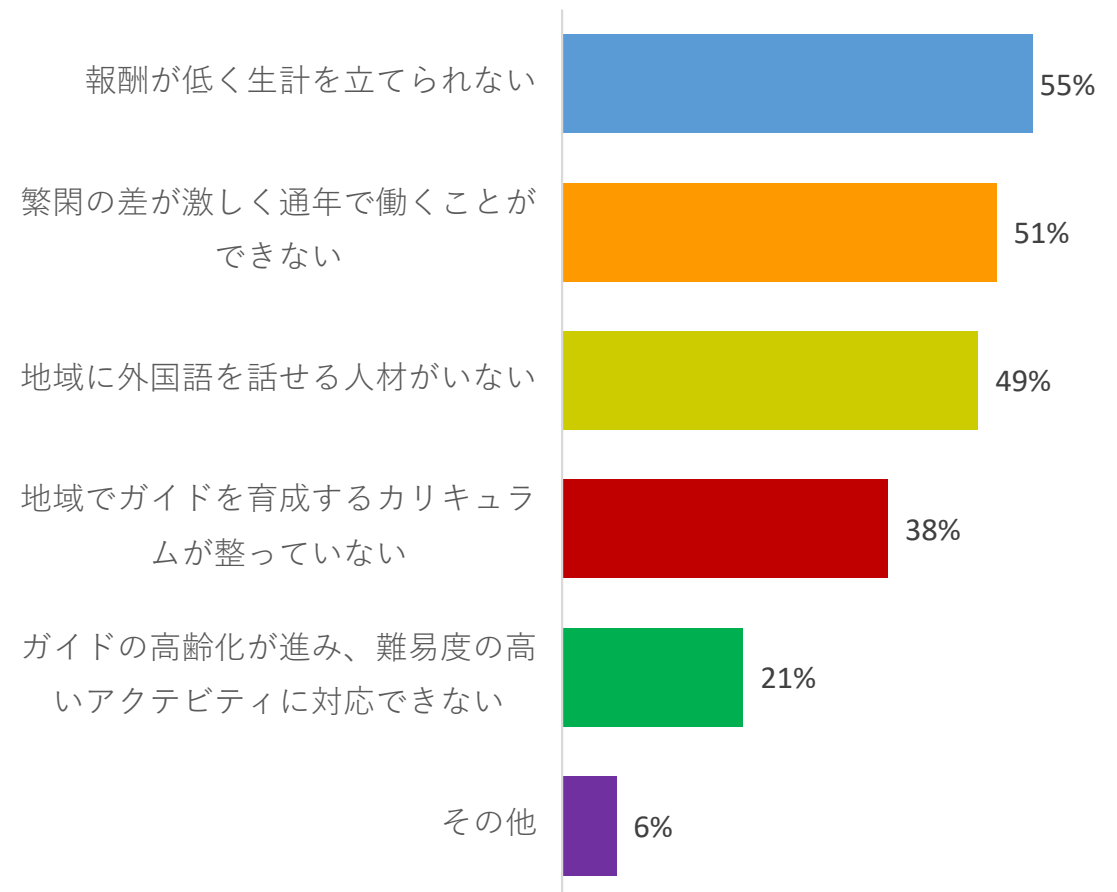


- 地域で適正なインバウンド向けのローカルガイド人材を確保するために、「**1～9人足りていないと感じる**」と回答したDMOが**約7割**いる一方、「**10人以上足りていないと感じる**」と考えるDMOも**約3割**
- 人材不足の要因として、「**報酬が低く生計を立てられない**」「**繁閑の差が激しく通年で働くことができない**」が**約5割**いることに加え、「**地域に外国語を話せる人材がない**」も**約5割**

地域で適正なインバウンド向けのローカルガイド人材を確保するために、どの程度人材が足りていないと感じますか



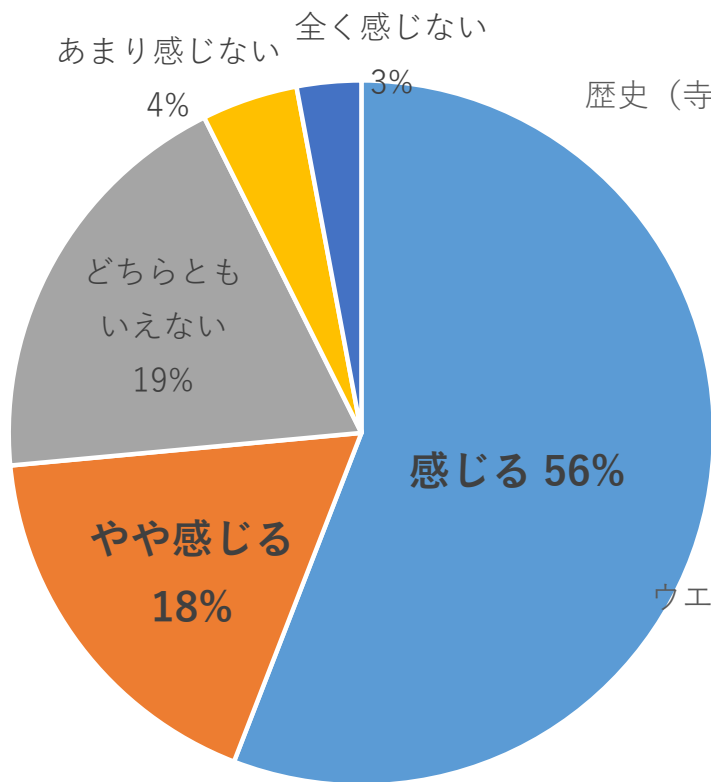
インバウンド向けのローカルガイドが不足している要因について、どのようにお考えですか（複数回答可）



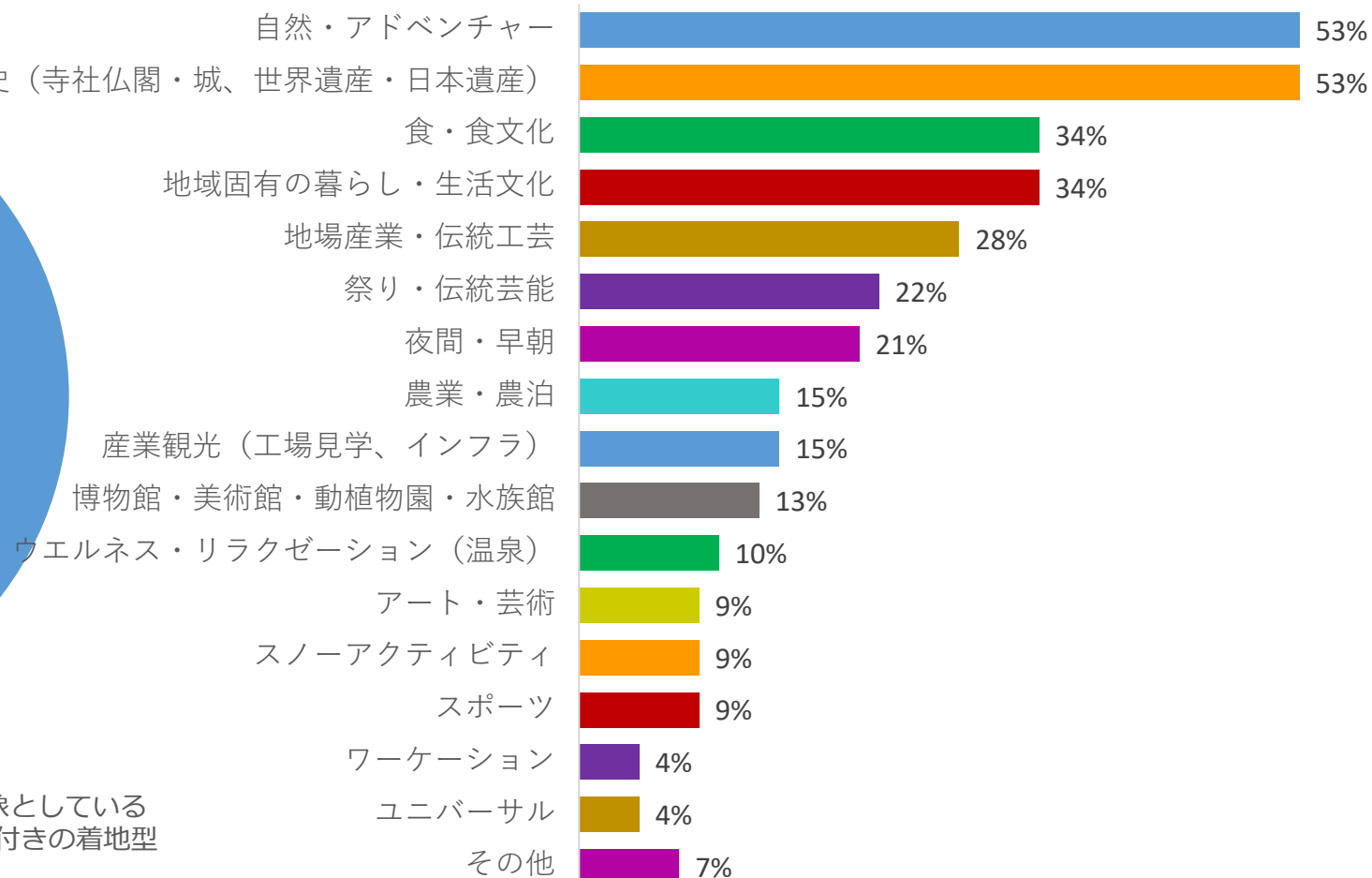
# 【参考】日本人向けのローカルガイド人材の不足①

- 日本人向けのローカルガイド人材の不足を「**感じる**」「**やや感じる**」と回答したDMOは**約7割**
- 人材不足を感じる分野は、「**自然・アドベンチャー**」「**歴史（寺社仏閣・城、世界遺産・日本遺産）**」が**約5割**と最も多く、次いで「**食・食文化**」「**地域固有の暮らし・生活文化**」が**約3割**

## 日本人向けのローカルガイド人材の不足を感じることはありますか



## 日本人向けのローカルガイド人材の不足を感じる分野について、当てはまるものを選択してください（複数回答可）

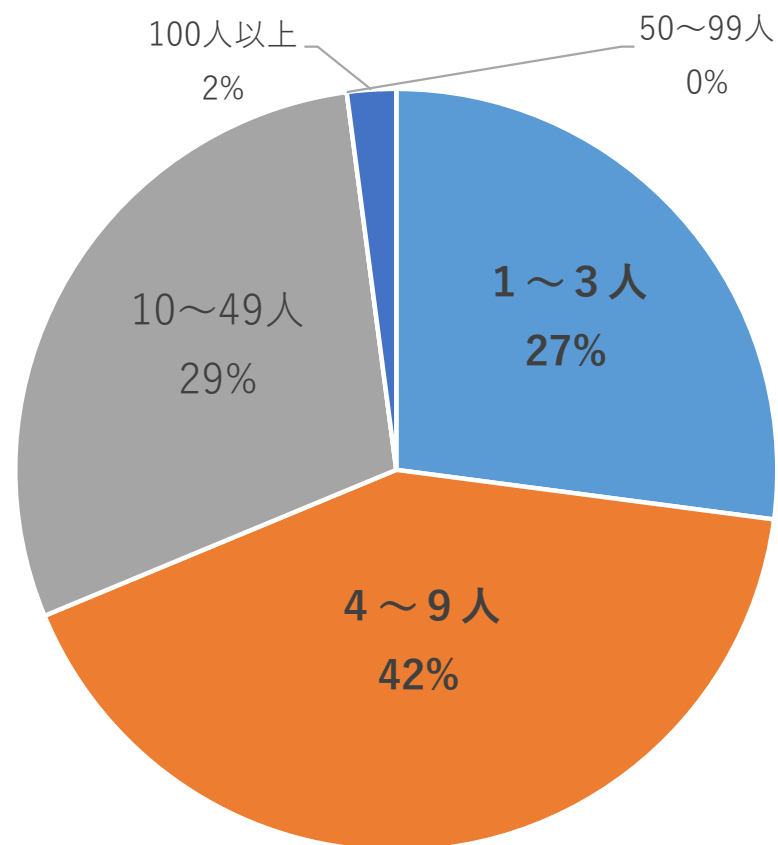


※DMOがマネジメント・マーケティング対象としている地域において日本人向けにローカルガイド付きの着地型旅行商品を販売している68法人が回答

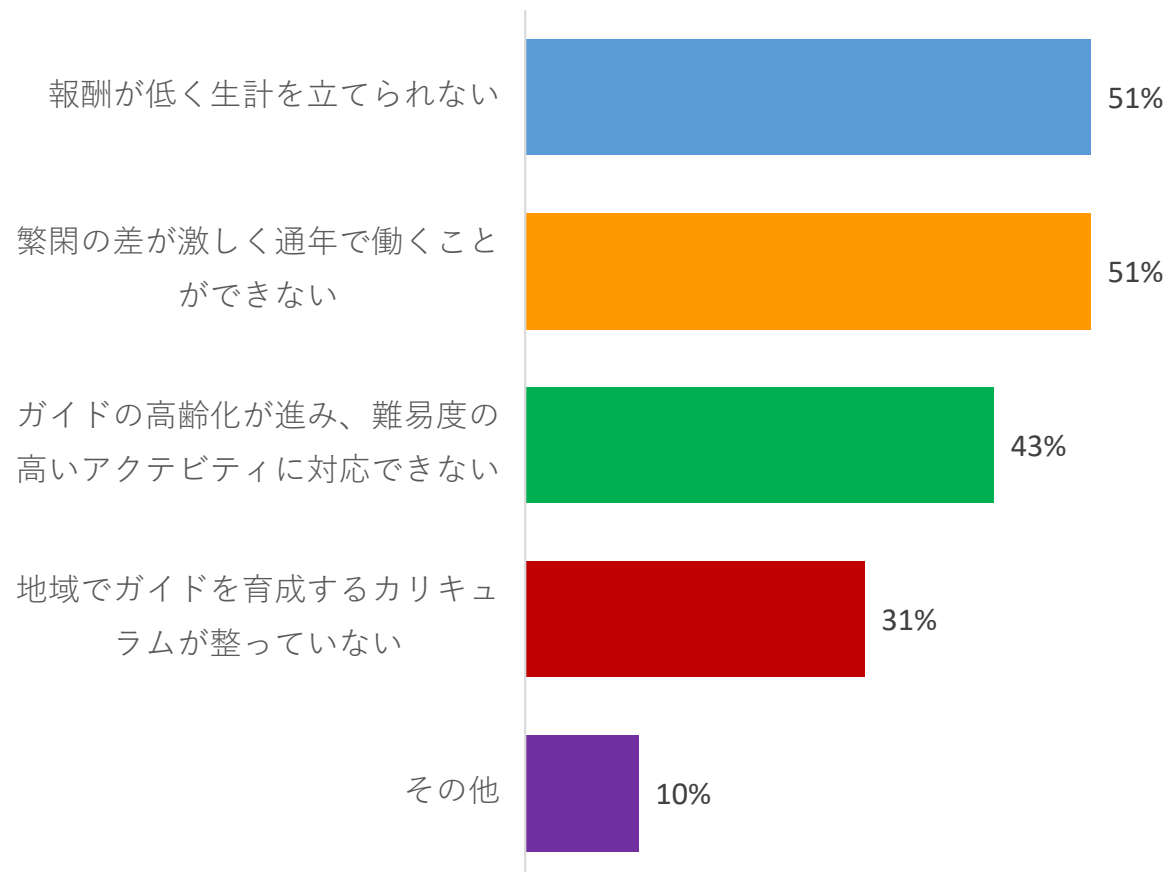
# 【参考】日本人向けローカルガイド人材の不足②

- 地域で適正な日本人向けのローカルガイド人材を確保するために、「**1～9人足りていないと感じる**」と回答したDMOが**約7割**いる一方、「**10人以上足りていないと感じる**」と考えるDMOも**約3割**
- 人材不足の要因として、「**報酬が低く生計を立てられない**」「**繁閑の差が激しく通年で働くことができない**」が**約5割**いることに加え、「**ガイドの高齢化**」も多く挙げられた

地域で適正な日本人向けのローカルガイド人材を確保するために、どの程度人材が足りていないと感じますか



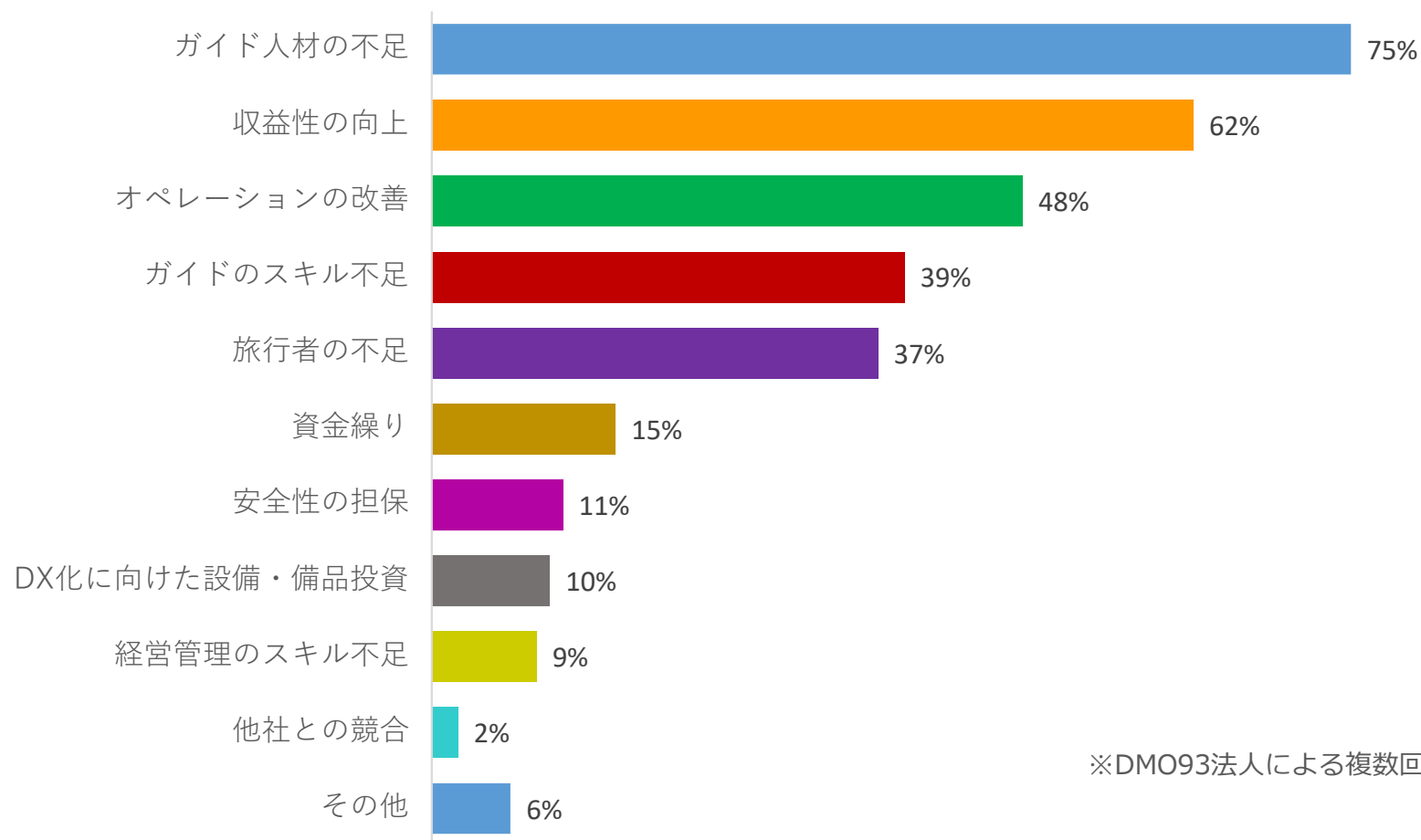
日本人向けのローカルガイドが不足している要因について、どのようにお考えですか（複数回答可）





- ガイド報酬の低さや繁閑差によって通年での就労が困難等の構造的な課題も相まって、「**ガイド人材の不足**」が**7割以上**と、**ガイド人材の確保に苦慮している状況**
- 次いで「**収益性の向上**」が**約6割**、「**オペレーションの改善**」が**約5割**と、**コンテンツの持続的な供給に向けた、事業者としての経営改善が課題**
- 一方で、「**スキル不足**」が**約4割**と、**専門的な知見や、インタープリテーションの技術力などを持った質の高い個々のガイドの不足も伺える**

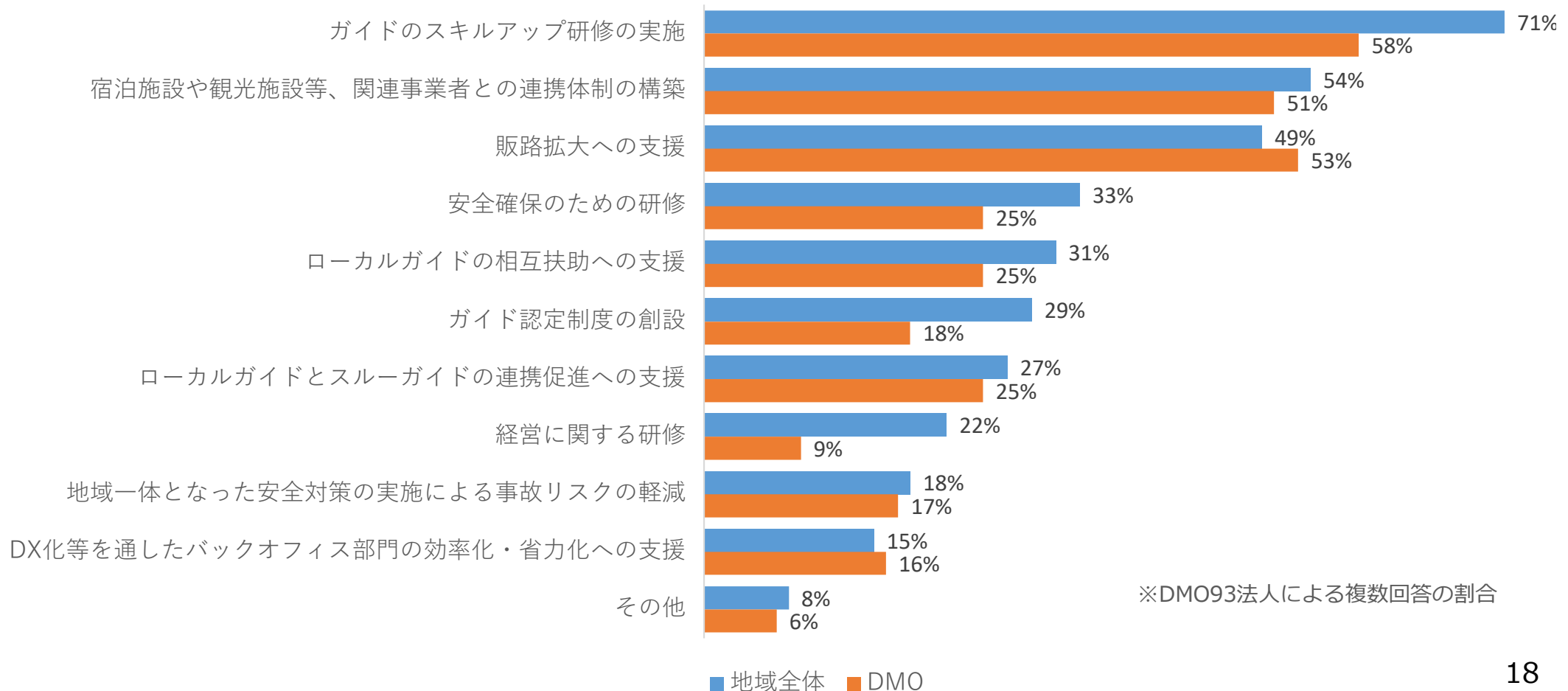
ローカルガイドの経営上の課題は何だと考えますか（複数回答可）



※DMO93法人による複数回答の割合

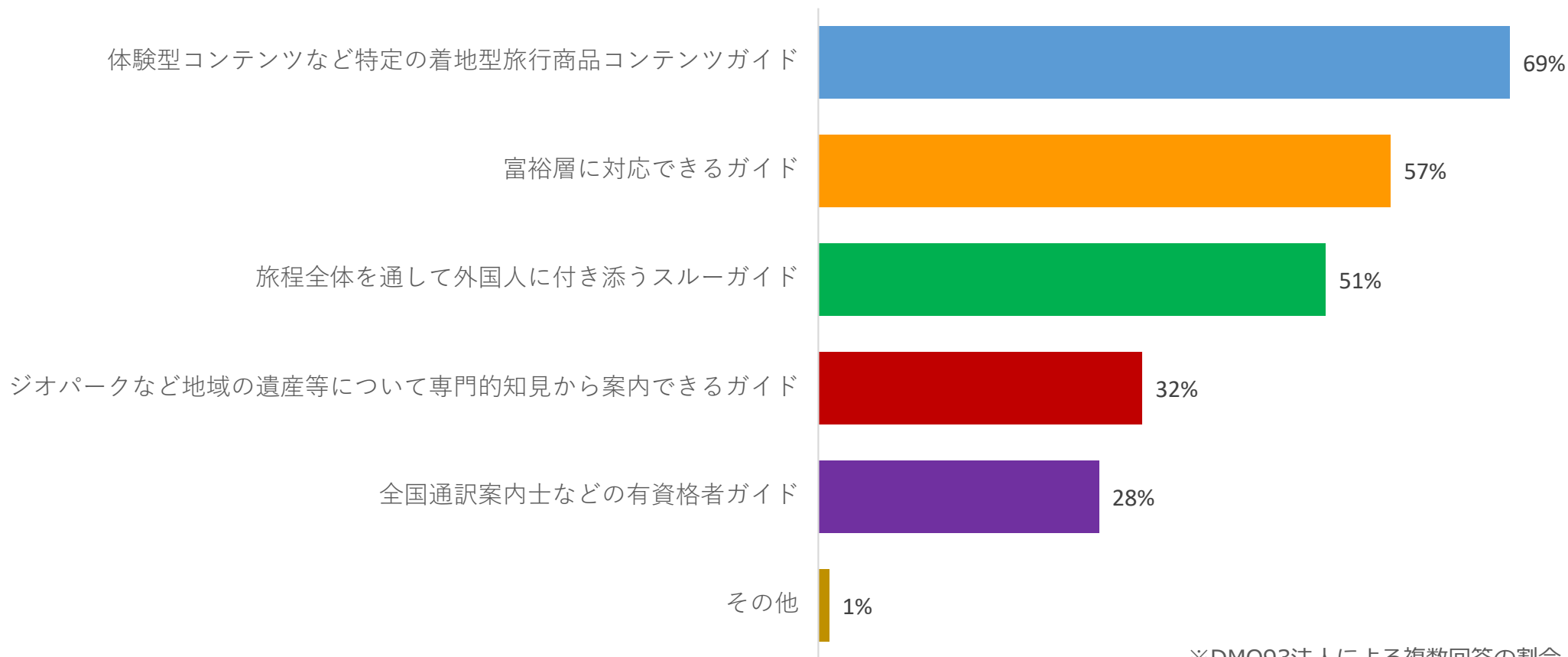
- 地域全体で取り組むべき課題、DMOが取り組むべき課題ともに「**ガイドのスキルアップ研修の実施**」が最多、「**関連事業者との連携体制の構築**」や「**販路拡大への支援**」が約5割
- 地域全体で取り組むべき課題として、「**安全確保のための研修**」といった安全面に対する取組や、「**ローカルガイドの相互扶助への支援**」「**ローカルガイドとスルーガイドの連携促進への支援**」など地域体制に関する取組、「**ガイド認定制度の創設**」が約3割
- スキルの不足**や**体制の不足**といった課題に対し、地域全体で取り組むべきであるとの認識

## ローカルガイドの経営改善のため、今後取り組むべき対策は何だと考えますか（複数回答可）



- 「**体験型コンテンツなど特定の着地型旅行商品コンテンツガイド**」が**約7割**と最も多く、地域の観光戦略を実現するうえで、コンテンツガイドの果たす役割の重要性が伺える
- 一方で、「**富裕層に対応できるガイド**」や「**旅程全体を通して外国人に付き添うスルーガイド**」が**5割以上**、「**全国通訳案内士などの有資格者ガイド**」も**約3割**
- 各々のガイド**が地域の観光戦略を実現するうえで**今後さらに必要**であることが伺える

地域の観光戦略を実現するうえで、特にどのようなガイドがさらに必要だと感じますか（複数回答可）

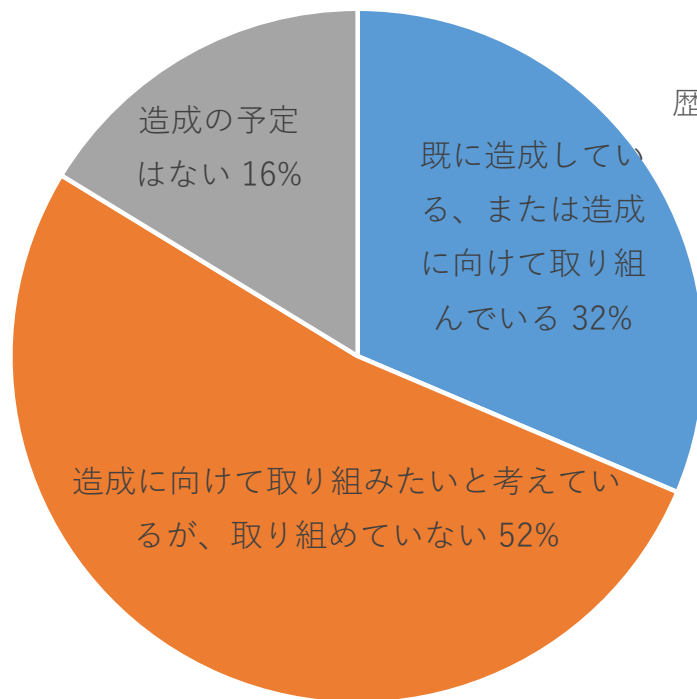


※DMO93法人による複数回答の割合

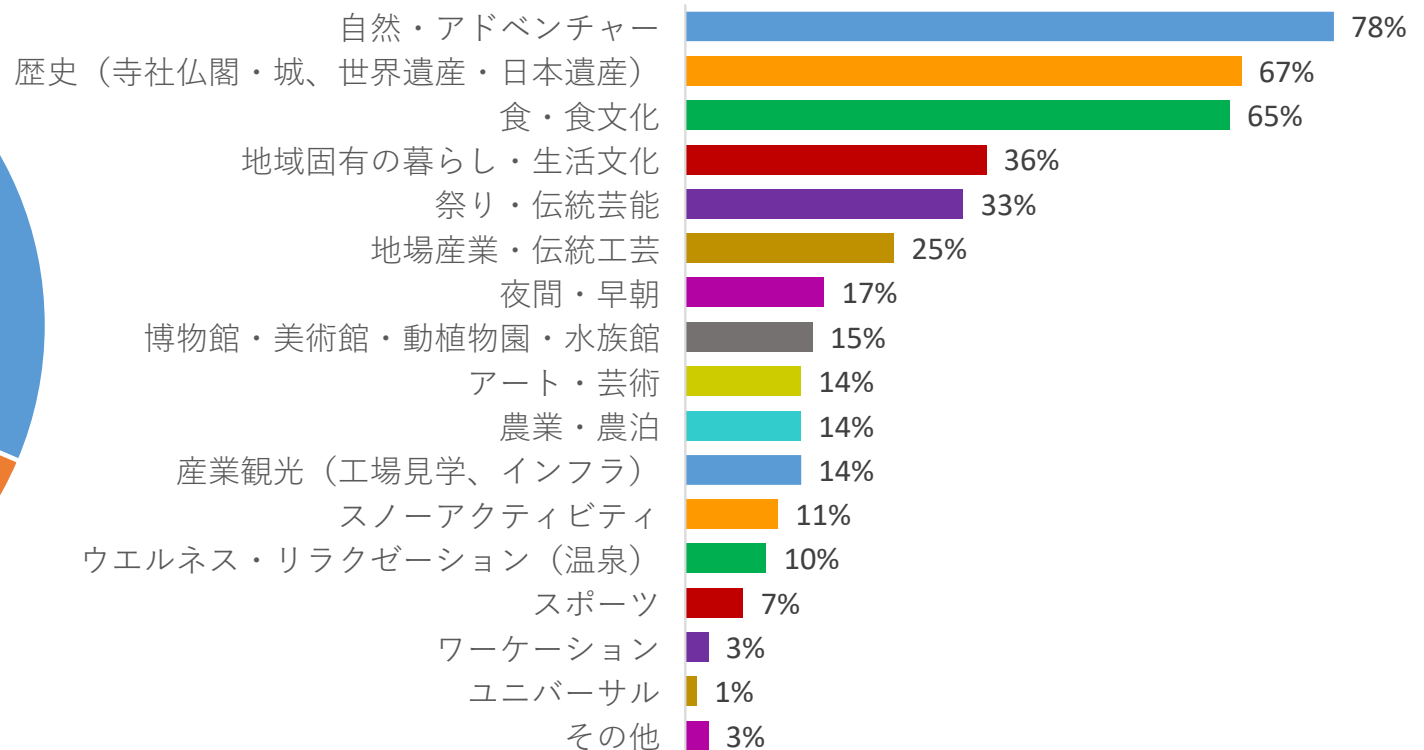
- ローカルガイド人材を活用したインバウンド富裕層向けのコンテンツについて、「既に造成している、または造成に向けて取り組んでいる」DMOは約 3 割いる一方で、「造成に向けて取り組みたいと考えているが、取り組めていない」DMOが約 5 割
- コンテンツの分野としては、「**自然・アドベンチャー**」が約 8 割と最多、「**歴史（寺社仏閣・城、世界遺産・日本遺産）**」「**食・食文化**」の割合も高い

地域における外国語対応のローカルガイドを活用した富裕層向けのコンテンツの造成状況について、最も当てはまるものを一つ選択してください

既に造成している、または造成に向けて取り組んでいる、もしくは造成に向けて取り組みたいと考えている具体的なコンテンツを選択してください（複数回答可）

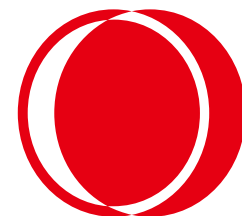


※無回答を除くDMO86法人による割合



※「造成の予定はない」を除くDMO72法人による割合

# 4.ローカルガイドの確保・育成 に関する地域の取組事例



国土交通省  
観光庁



## <三重県伊勢市>

# 伊勢神宮の歴史・文化的価値に関するインタープリテーションを確立

- ✓ 「有形の価値」に潜む「無形の価値」を読み解くことを重視し、伊勢神宮の歴史やその背景にある日本人の精神性など幅広い歴史・文化の本質的な価値を世界目線で伝えるインタープリターを養成。養成講座を実施するとともに、共有ができるようテキストブック等を作成。
- ✓ 今後は、旅行者の嗜好に合わせてカスタマイズができるエキスパートガイド人材の発掘・育成や、宿泊施設でのコンシェルジュ機能を強化。



## <長崎県雲仙市>

# 雲仙地域一体のインタープリテーション全体計画を作成し、それに基づいてコンテンツ造成やガイド育成を実施

- ✓ 「雲仙温泉ならではの魅力的なストーリー」を明確化し、各事業者の立場で旅行者に伝えられるように整理。全国通訳案内士や交通事業者などにもインタープリテーション全体計画を配付するとともに、地域外の人材もオープンにガイド育成を実施。
- ✓ 今後は、ガイドとDMC間の強固な座組を形成するとともに、ガイド全体を総括するまとめ役を設置。

雲仙温泉地区  
インタープリテーション全体計画  
雲仙温泉らしさー雲仙温泉ならではの価値ーをお客様と共有するために  
Unzen onsen Interpretation Plan





＜鹿児島県屋久島町＞

## 実踏研修をはじめとした多彩な研修プログラムにより、ガイドングスキルを底上げ

- ✓ 全国通訳士資格を有する外部講師を招いての研修、テキスト作成、フィールドワーク、OJT、取材対応のための集中トレーニング等の**人材育成によりガイドングスキルを底上げ**。**ロングテールコンテンツに誘導し、深い屋久島ファンを増やす。**



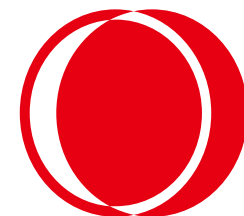
＜沖縄県やんばる3村（国頭村、大宜味村、東村）＞

## ネイチャーガイドが歴史文化も案内し、効率化・省力化を実現

- ✓ 生物のガイドングのみに留めず、**歴史文化に関する案内のポイントをマニュアル化**することで、ツアーを高度化するとともに、**ガイドング内容を平準化**。
- ✓ ネイチャーガイドと歴史文化ガイドの2名で案内するところを、両者のコミュニケーションを強化し、**ネイチャーガイドが歴史文化も案内する体制を構築し、効率化・省力化**。



# 5. 課題認識と論点設定について (たたき台)



国土交通省  
観光庁



## 地方部におけるガイドに関する悩み

- 地方部においては、地域独自のガイド認定制度の構築や人材育成プログラムの構築によって先進的な取組を行う地域が現れてきたものの、ガイド報酬の低さや繁閑差によって通年での就労が困難等の構造的な課題も相まって、総じて**ガイド人材の確保に苦慮している状況**。
- ガイドの不足は観光コンテンツのサービス供給にも直結し、**造成したコンテンツの自走化や持続的な経営への影響も懸念**。

### 数の不足

- ✓ インバウンド対応可能なガイドの不足
- ✓ 報酬の低さや繁閑差によって**通年での就労が困難**
- ✓ ガイド人材の**高齢化**。若い人材が不足

### スキルの不足

- ✓ 専門的な知見を持った質の高いガイドの不足
- ✓ 個人のスキルアップへの依存（スキルアッププログラムや資格制度などの品質管理への取組不足）

### 体制の不足

- ✓ **地域全体で支える体制は未構築**で、個々のガイド事業者頼みの地域も少なくないが、**経営状況は脆弱**
- ✓ 宿泊施設や観光施設等、関連事業者との連携体制の構築も不足

人材に限られる地方部において、ガイド人材を無理のない形で持続的に確保・育成し、体験型コンテンツの持続的な供給や地域消費の向上へ結びつけるために、地域レベルでどのような取組やビジネスモデルが必要かを検討する必要

### 就労しやすいガイド環境の整備

- ・副業人材など多様な就労環境を念頭に入れた人材の確保
- ・ガイド経験の乏しい方でもチャレンジできる育成カリキュラム
- ・地域一体となった安全対策の実施による事故リスクの軽減
- ・地域のガイド登録・認証制度の効果的な活用

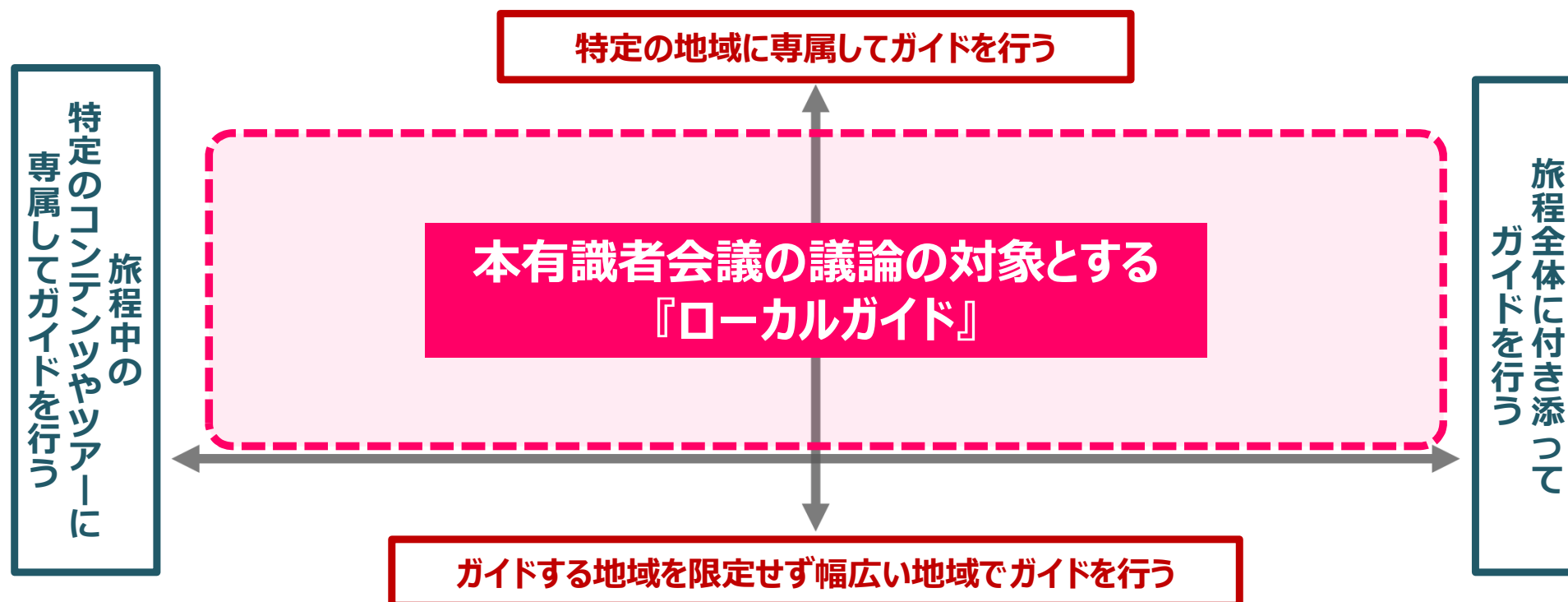
### ガイド付コンテンツの更なる消費単価の向上

- ・言語化された地域の価値・インタープリテーションの精査
- ・ガイド報酬の底上げを含めた中長期的な経営戦略
- ・コンテンツの特性を踏まえた最適な販売経路の確保
- ・コンテンツ提供事業者等による安全対策の徹底

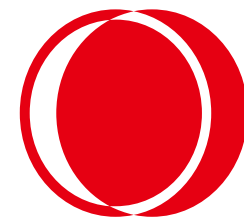
### オペレーション環境の改善・効率化

- ・ガイドがガイドングに専念できるオペレーション環境の整備
- ・DX化等を通じたバックオフィス部門の効率化・省力化

- 本有識者会議は、主にインバウンドに対して有償でガイド行為を行う者について検討するものであるが、インバウンド向けガイドの議論と併せて、国内旅行者向けのガイドやボランティアガイドについて論じることも妨げるものではない。
- 『ガイド』の業務範囲や態様については、ターゲットやツアー内容等に応じてさまざま。
- 本有識者会議で議論の対象（案）
  - 『ローカルガイド』については、特定の地域に専属してガイドを行う者について幅広く対象とすることとし、旅程全体に付き添うガイド形態（いわゆるスルーガイド）であるか、旅程中の特定のコンテンツやツアーに専属してガイドを行う形態（いわゆるコンテンツガイドやアクティビティガイド）であるかを問わない。
  - 「特定の地域に専属してガイドを行う者」については、典型的には当該地域に居住しているガイドであるが、居住地が当該地域の周辺地域や近隣の都市部である場合も含むこととし、ガイドの居住地による区分は行わない。
  - 全国通訳案内士や地域通訳案内士等の資格の有無を問わない。



## 6. 今後のスケジュールについて



国土交通省  
観光庁

## 第1回（5月8日(水)）

- ・観光庁からの趣旨説明
- ・委員からの話題提供
  - 1) 鈴木康裕委員「本当の地元体験を本物のローカルと」
  - 2) 多田稔子委員「世界に開かれた持続可能な観光地づくりを目指して  
～『熊野古道』から『KUMANO KODO』へ～」
- ・各委員からの報告

## 第2回（5月22日(水)）

- ・前回は踏まえた今後の議論
- ・関係事業者等ヒアリング①
  - 1) 株式会社羅針盤 代表取締役 佐々木文人氏
  - 2) 北海道アドベンチャートラベル協議会 会長、大雪山自然学校 代表理事 荒井一洋氏
  - 3) YAMADERANS、山寺観光協会 インバウンド部長 後藤麻衣氏

## 第3回（5月29日(水)）

- ・関係事業者等ヒアリング②
  - 1) 箱根DMO 専務理事 佐藤守 氏、誘客営業部 日比谷一志 氏  
株式会社やまぼうし 代表取締役 金子森 氏
  - 2) 株式会社地球の歩き方 総合研究所 事務局長 弓削貴久氏  
同所主催「Guide of the Year 2024」受賞者 株式会社M&Company 共同代表 白石実果氏
  - 3) 三井住友海上火災保険株式会社
- ・中間とりまとめの骨子（案）

## 第4回（6月19日(水)）

- ・検討の振り返り・方向性の整理
- ・中間とりまとめ（案）

## 第5回（7月下旬(予定)）

- ・中間とりまとめ公表 ※書面開催