

通訳ガイドというおしごと



英語通訳案内士：島崎秀定

通訳ガイドというおしごと 本日の内容

1. 通訳ガイドの現場（仕事内容）
2. 通訳ガイドを取り巻く現状
3. 通訳ガイドのマーケティング
4. 通訳ガイドで食べていくために
5. 通訳ガイドの将来性
6. 質疑応答

1. 通訳ガイドの現場（仕事内容）

お客様の分類

1. FIT（個人客）
2. グループ
3. インセンティブ（MICE）
4. クルーズ
5. スルーか、スポットか

ガイド内容の多様化

1. 訪問地の多様化（ゴールデンルート→地方）
2. 旅行スタイルの多様化（JRパスを使用して旅行）
3. 体験プログラム（茶道、武道、農業...）
4. テーマのある旅（祭り、アニメ、ゴジラ、登山...）
5. イベントのアテンド

2. 通訳ガイドを取り巻く現状

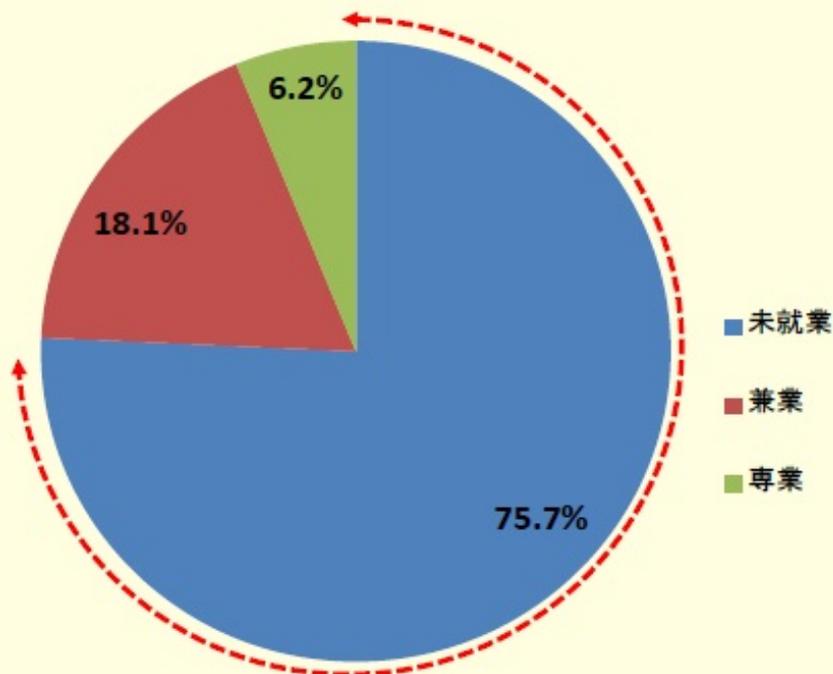
通訳ガイドの収入

= 就業日数 × 日当 + チップ

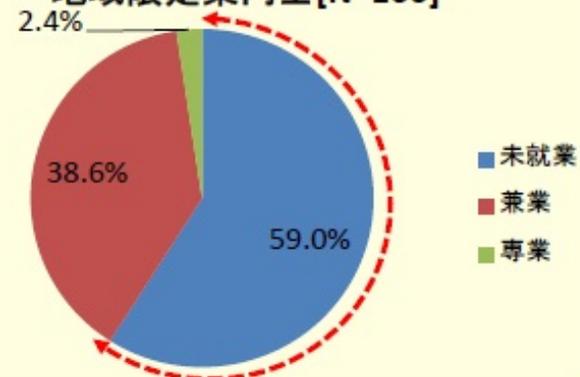
資格取得者の活用状況

- 通訳案内士の資格取得者の4分の3が、その資格を活かしていない。
- 活用している人も、その多くが他の仕事との兼業であり、専業は6%程度。
- 地域限定通訳案内士の場合、通訳案内士よりは資格が活用されている。

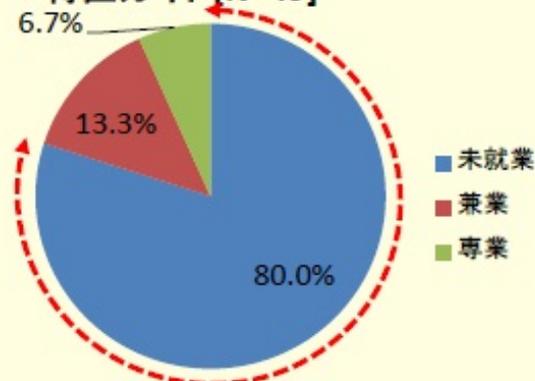
通訳案内士[N=6441]



地域限定案内士[N=166]

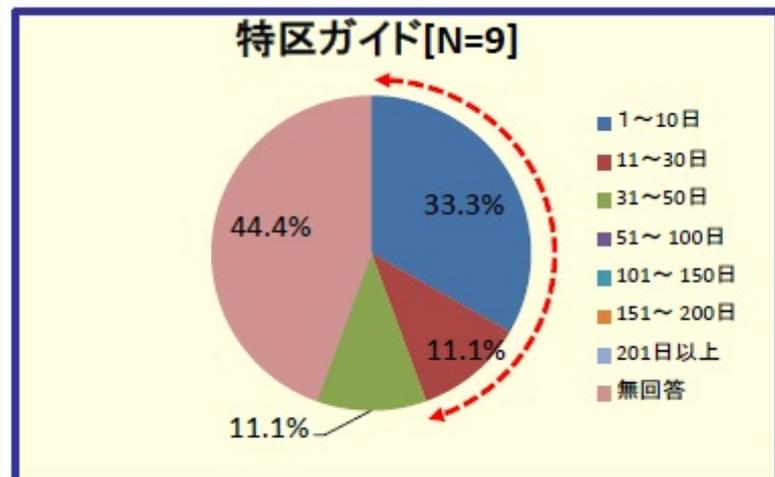
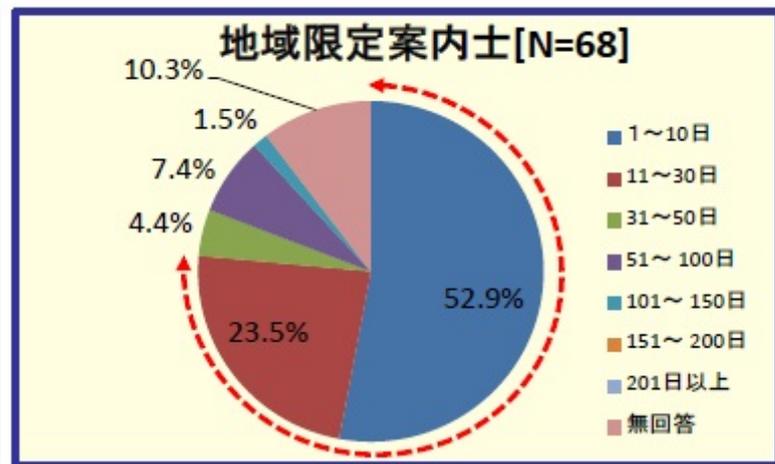
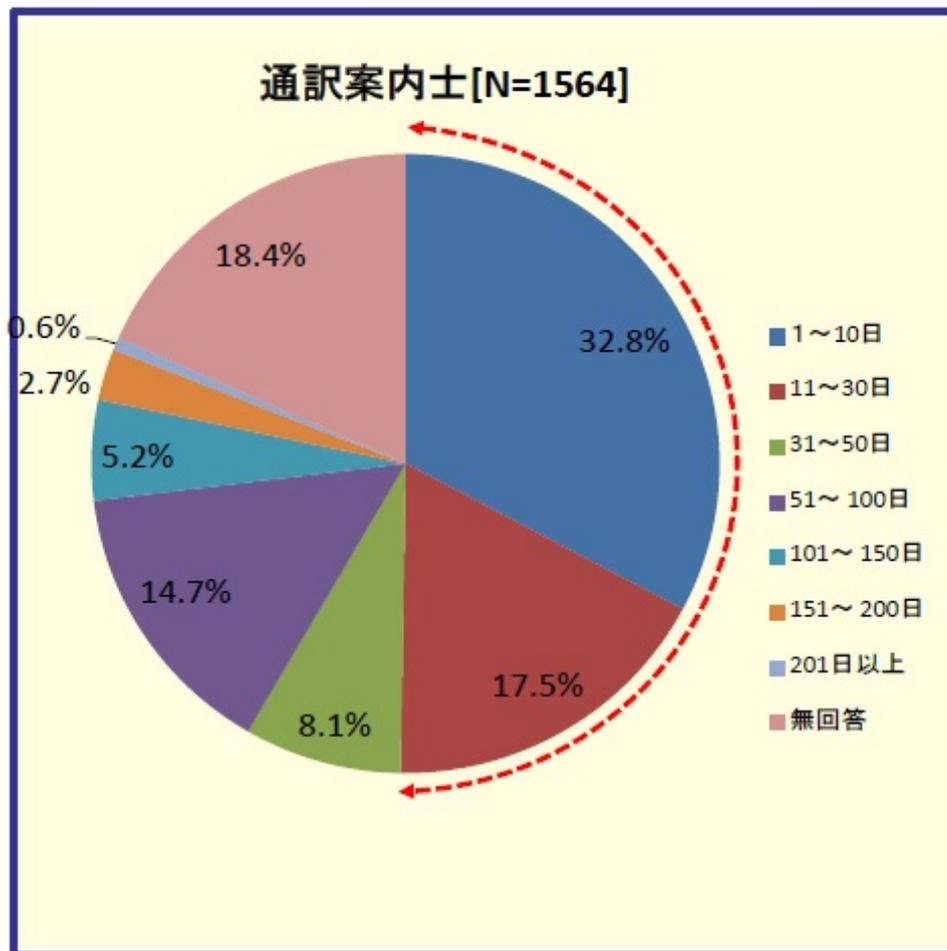


特区ガイド[N=45]



就業者の就業日数

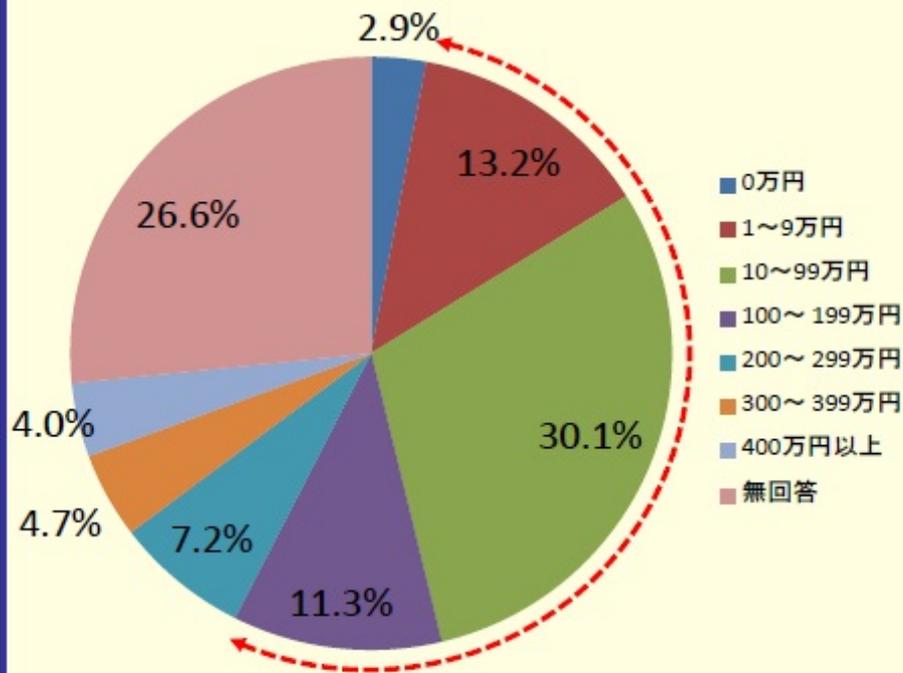
- 就業者の年間就業日数は、30日以下が半数以上を占めており、より一層の活用方策が求められる。
- その傾向は、地域限定通訳案内士において特に顕著。



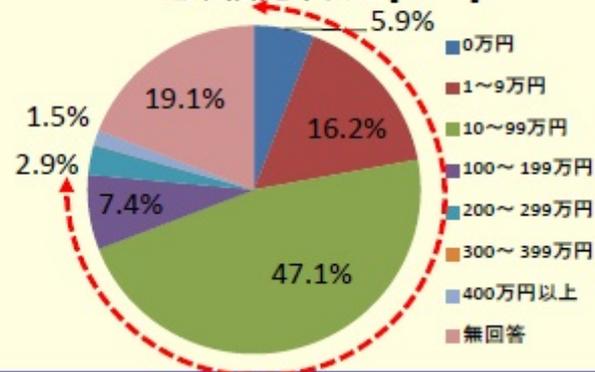
通訳案内業に関わる年収

- 就業者の年収割合は、200万以下が約半数を占める。ただし、この数字は事業・兼業の合計であるため、それぞれ分けて分析を行う必要がある。
- 収入ベースで見ると、地域限定通訳案内士、特区ガイドとなるに従い、より低くなる。

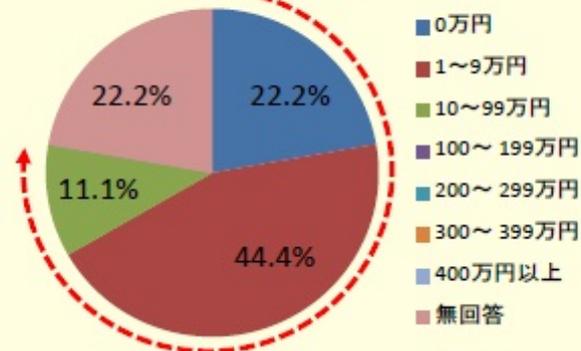
通訳案内士[N=1564]



地域限定案内士[N=68]



特区ガイド[N=9]



2015年12月 訪日外客数（JNTO推計値）

Visitor Arrivals for Dec. 2015 (Preliminary figures by JNTO)

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2014年 12月	2015年 12月	伸率(%)	2014年 1月～12月	2015年 1月～12月	伸率(%)
総数	Grand Total	1,236,073	1,773,100	43.4	13,413,467	19,737,400	47.1
韓国	South Korea	270,903	415,700	53.4	2,755,313	4,002,100	45.3
中国	China	189,973	347,100	82.7	2,409,158	4,993,800	107.3
台湾	Taiwan	211,986	265,800	25.4	2,829,821	3,677,100	29.9
香港	Hong Kong	106,236	157,400	48.2	925,975	1,524,300	64.6
タイ	Thailand	76,264	93,500	22.6	657,570	796,700	21.2
シンガポール	Singapore	47,836	67,000	40.1	227,962	308,800	35.5
マレーシア	Malaysia	39,305	50,300	28.0	249,521	305,500	22.4
インドネシア	Indonesia	23,718	29,300	23.5	158,739	205,100	29.2
フィリピン	Philippines	21,793	32,700	50.0	184,204	268,300	45.7
ベトナム	Vietnam	7,943	10,300	29.7	124,266	185,400	49.2
インド	India	6,047	6,700	10.8	87,967	103,200	17.3
豪州	Australia	37,609	49,400	31.4	302,656	376,200	24.3
米国	U.S.A.	73,539	89,900	22.2	891,668	1,033,200	15.9
カナダ	Canada	17,692	22,000	24.3	182,865	231,400	26.5
英国	United Kingdom	16,912	19,400	14.7	220,060	258,500	17.5
フランス	France	12,977	14,300	10.2	178,570	214,300	20.0
ドイツ	Germany	8,935	10,200	14.2	140,254	162,600	15.9
イタリア	Italy	6,788	8,400	23.7	80,531	103,200	28.1
ロシア	Russia	3,924	3,900	-0.6	64,077	54,400	-15.1
スペイン	Spain	3,337	4,900	46.8	60,542	77,200	27.5
その他	Others	52,356	74,900	43.1	681,748	856,100	25.6

◆注1：本資料を引用される際は、出典名を「日本政府観光局(JNTO)」と明示してください。

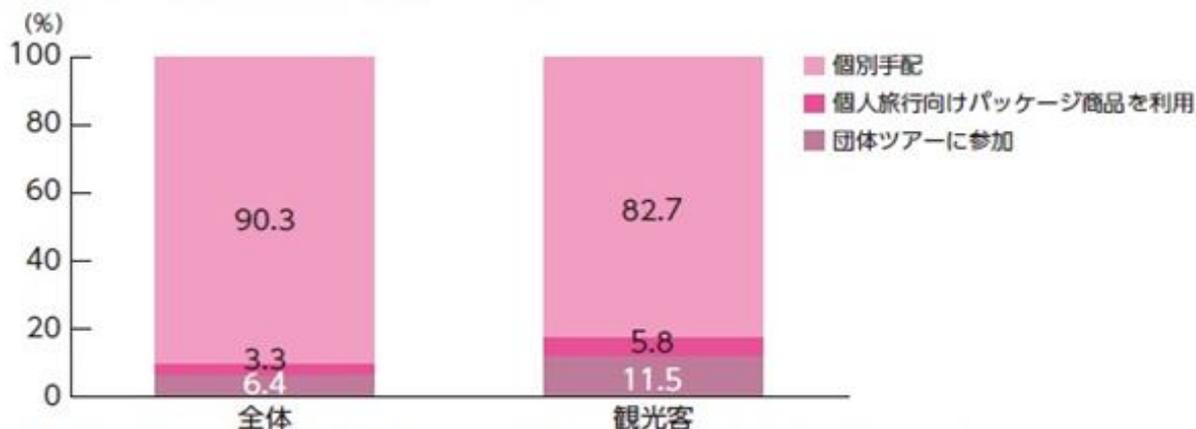
◆注2：訪日外客数(訪日外国人旅行者数)は、法務省の出入国管理統計からJNTOが独自に算出した数値である。

◆注3：上記の2014年の数値は確定値、2015年の数値は推計値である。

◆注4：訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。

なお、上記の訪日外客数には乗員上陸数は含まれない。

(8) 訪日米国人の旅行手配方法 (2014年)



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査（平成26年）」に基づき日本政府観光局（JNTO）が作成

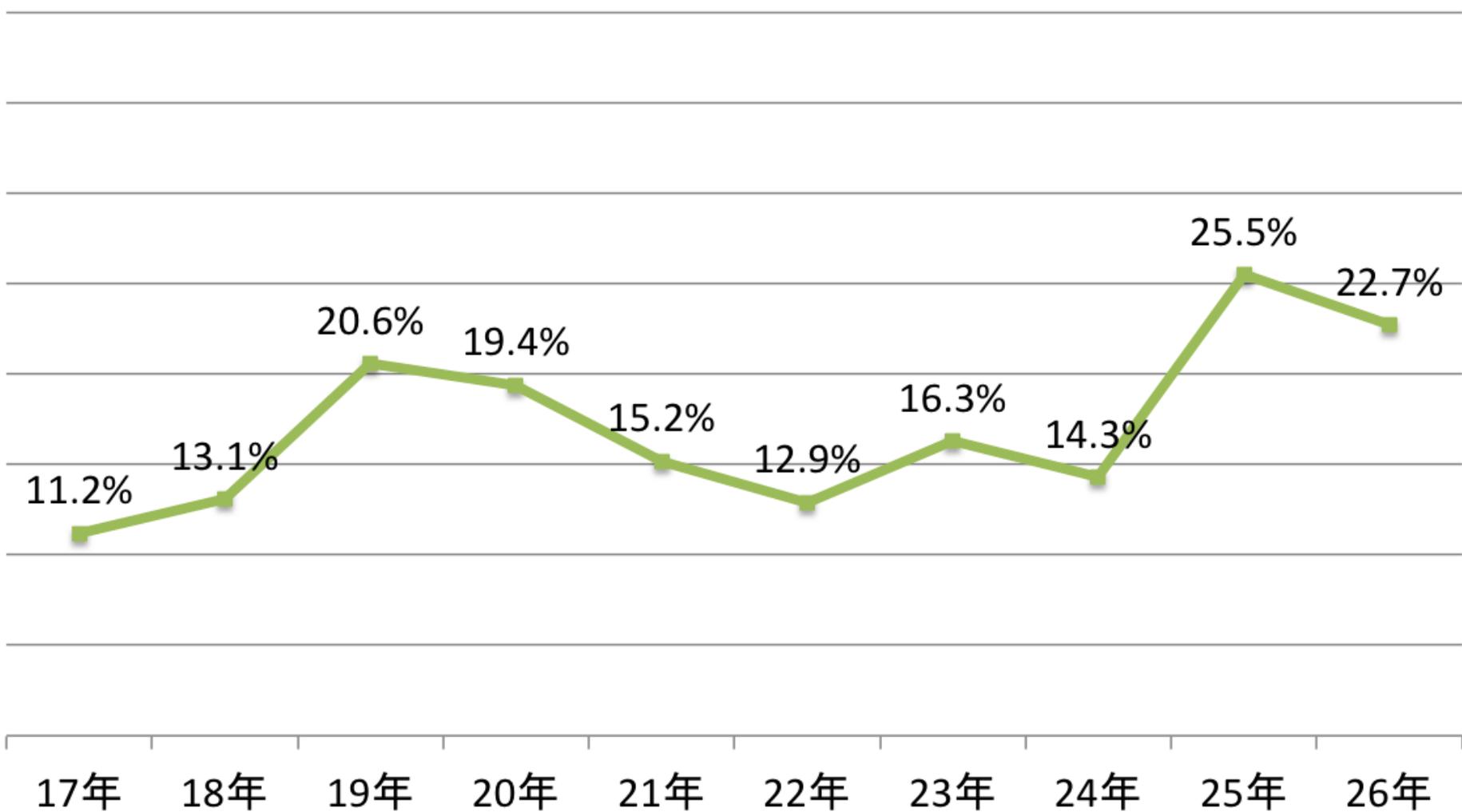
(8) 訪日中国人の旅行手配方法 (2014年)



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査（平成26年）」に基づき日本政府観光局（JNTO）が作成

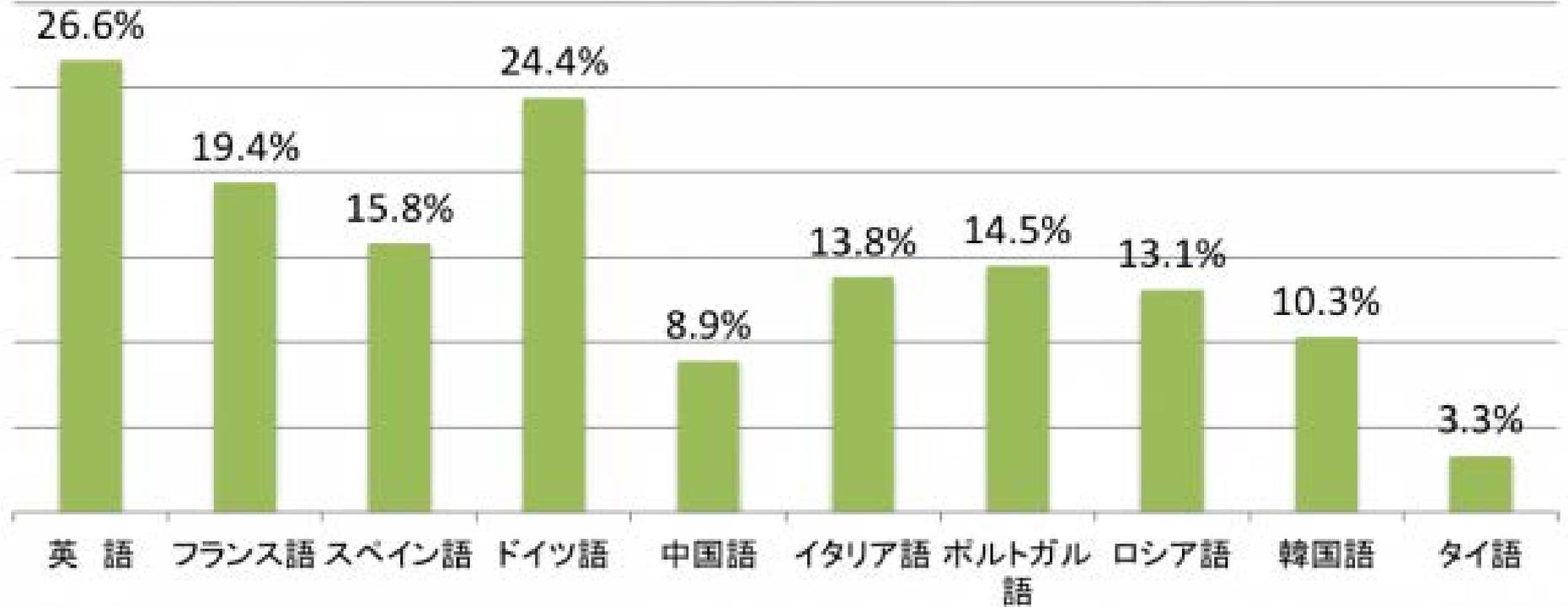
通訳案内士 合格率(合計)

出所：日本政府観光局



平成26年度 通訳案内士試験 言語別合格率

出所：日本政府観光局



3. 通訳ガイドのマーケティング

通訳ガイド＝独立した企業と捉える
→マーケティングが不可欠

マーケティングとは
「誰に、どんな商品を提供するか」

- 顧客は誰か？
- 商品は何か？ どうやって商品力を高めるか？

顧客は誰か？ ①仕事の流れ

旅行会社、ホテル、
ガイド団体、派遣会社...

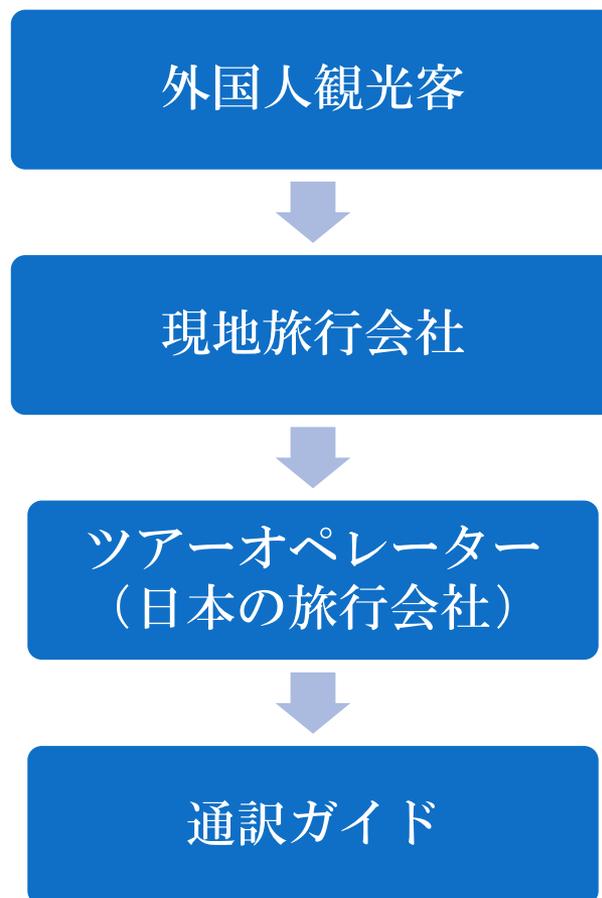


通訳ガイド



外国人観光客

顧客は誰か？ ②発注の流れ



旅行会社に対する接し方

- 旅行会社は仕事を下さるお客様
- 営業活動（9割のガイドはできていない！）
- ツアーは旅行会社の収入源
（売上－経費＋手数料＝利益）
- ツアー後の報告

商品は何か？

旅行要素

歴史・文化

食事・買物

自然・
気候

地理・
移動

通訳ガイド（ギャップを埋める）

外国人旅行者の期待・理解

商品を構成するもの

- 日本の地理、歴史、文化等に対する幅広い知識
(通訳案内士試験で求められる内容+α)
- 添乗業務
- 通訳業務
- 企画業務
- おもてなし

4. 通訳ガイドで食べて行くために

- とにかく仕事を受ける
（実践しないと学べない）
- 長期ツアーを中心にする
（日帰りの仕事だけで200日は厳しい）
- シリーズ物を逃さない
（旅行会社・通訳ガイド、双方が楽）
- 同じお客様からのリピートを獲得する
（気心の知れたお客様）

5. 通訳ガイドの将来性

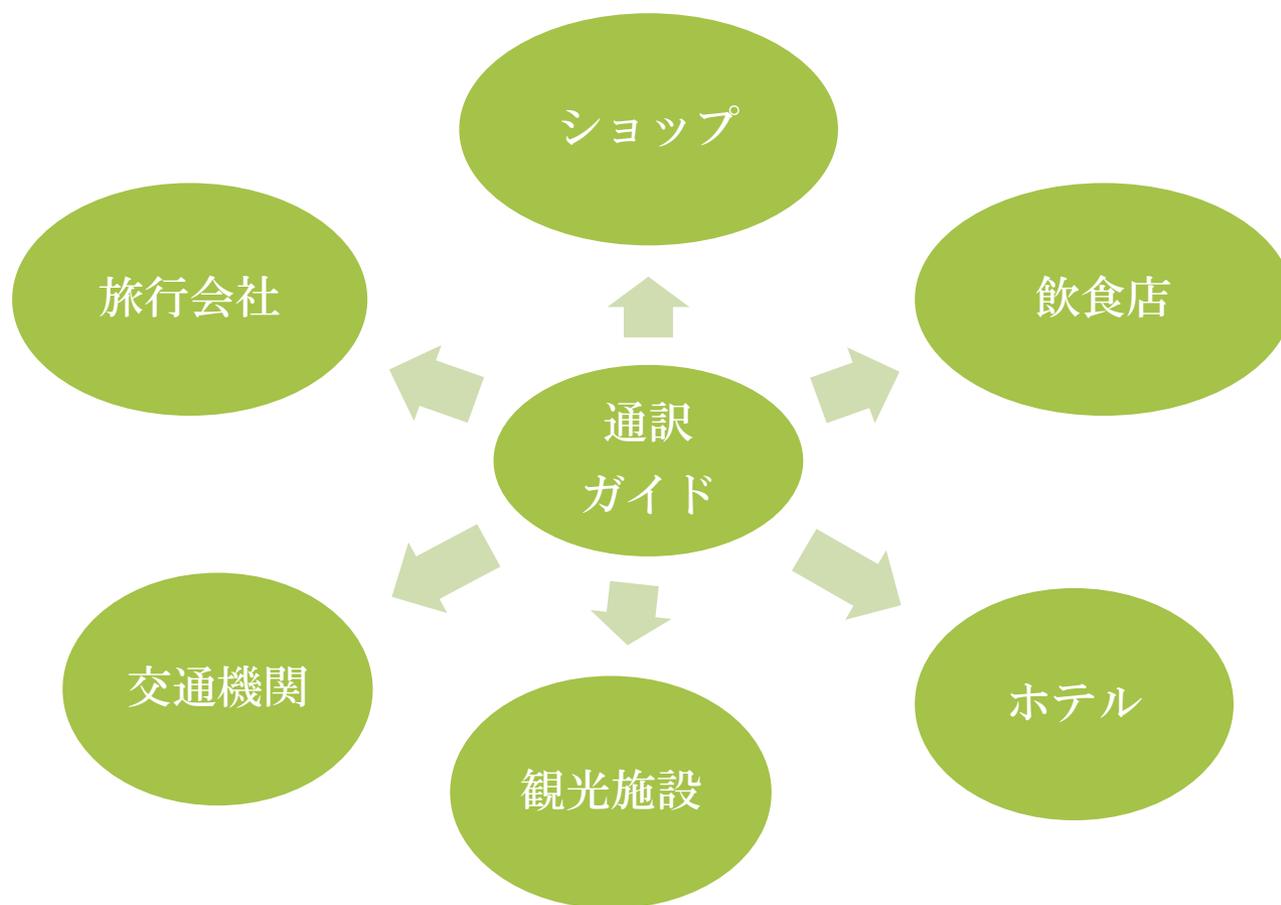
メリット

- インバウンドは成長産業
- 定年がない（86歳の現役ガイド）
- 組織に縛られない
- 自分のペースで仕事ができる

デメリット

- 収入の保証がない
- 国家資格なのに国が保護してくれない

通訳ガイドはインバウンドの最前線



通訳ガイドを中心に新たな事業展開

新しい市場
(外国人直接、
飲食店、
ショップ、
観光施設...)

既存の市場
(旅行業界)



既存の商品
(通訳ガイド)

新しい商品
(通訳、ツアー企画、ガイド教育...)

ご静聴ありがとうございました！



通訳ガイドで
生活できるよう
がんばりましょう！