

2.3 講演会の実施

【シャノン・ウォーカー氏】

My Story

- New Zealander
- 43 years old
- Lived in Japan on and off 15+ years
- Fav food: unagi
- Love cycling, hiking, skiing

Adventure Travel!!

ハード・アドベンチャー

アクティビティ内の幅

ATの5つの体験価値

① The novel and unique ユニークな体験	新しい体験は新しい思い出、新たな気づきを生み出す。
② Transformation 自己変革	体験を通して、自己を成長させていくことが出来る。
③ Comfort 健康であること	体験を通じて、心身の健康が保たれる。
④ Challenge 挑戦	体験を通じて、心身の健康が保たれる。
⑤ Impact ローインパクト	体験を通じて、心身の健康が保たれる。

出所：ATTA



アドベンチャートラベルガイドのスキル

ATTAによる5のコアコンピタンス

1. サステナビリティ
2. テクニカルスキル&ファーストエイド (応急処置)
3. セフティー&リスクマネジメント
4. カスタマーサービス&グループマネジメント
5. 自然、文化、歴史のインタプリテーション



<https://www.adventuretravel.biz/education/guide-standard/adventure-travel-guide-standard/guide-standard-download/>

THE ADVENTURE GUIDE Is a Polymath!

An athlete, a diplomat, a doctor, a teacher, a storyteller, an entertainer!

WOW!

THE ADVENTURE GUIDE Is NOT....

A lecturer, one-way monologue of facts and figures

Attributes of a GREAT Guide

- 🧠 Knowledgeable 知識豊富
- ♻️ Friendly フレンドリー
- 🔥 Passionate 熱情的
- 🎯 Determined 決心
- ✅ Quality クオリティ
- 🏆 Integrity 誠実と信頼

スマホで情報どこでも、いつでも取得できるのに、なぜガイドを使う？

What is the role of a guide?

アクティビティガイド対スルーガイド

スルーガイド

- ジェネラリストスキル
- 1日-マルチデーツアー
- 対人能力と関係性作り
- プランニング力と柔軟性
- インタプリテーションの重要性が高い

アクティビティガイド

- スペシャリストスキル (MTB、ラフティング...)
- 半日-1日ツアーが多い
- なれた流れとエンターテインメント
- インタプリテーションの重要性低い

スルーガイド

ジェネラリスト

アクティビティ

スペシャリスト

言葉が・・・

- ・スルーガイドを活躍しましょう
- ・ヴィジュアルを使いましょう
- ・片言OKです！



Your role is to....

put knowledge into context of an unfamiliar environment.



Why do people Travel?
To make sense of the world around us

Self-discovery through external comparison

Ritual inversion
People travel to a different place to make sense of themselves
Coast vs mountains
City vs countryside
Western culture vs Eastern culture

Customer Service

Expectations

Usually guests have very high expectations; they dreamed for months about the trip, they saved money to be with you, they sometimes consider that this time on a trip is the most valuable of their life.

Special engagements

Make connections between the community and guests. The more guests understand about the place and people, the more they value and feel special.



Your best behavior

The Professional

You should always be professional in your words and actions. No matter what happens on tour, keep your cool. Avoid deep diving into contentious topics.

The Listener

You'll find that most complaints from clients will be done after the fact. Your best strategy is just to listen. Some clients just want to vent or for someone (you) to listen to them. You don't have to solve everything

The Egalitarian

Be sure not to play favorites amongst the clients. Maximize quality and consistency of service and experience for all guests
e.g. bus seats, information including questions & answers...

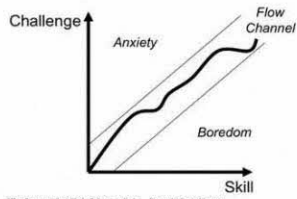
Keep it real

You make the trip your own, your style, your story

As an adventure guide, the guest is not always right...Safety and logistics first, then guest requests

You are a skilled verbal and non-verbal communicator

The Zone



"Flow" concept by Mihaly Csikszentmihalyi. Drawn by Senia Maymon.

The Zone

Transformational Travel Experiences happen in the Courage Zone

Comfort Zone (home, own language, daily routine etc)

Courage Zone (foreign country, different language, physical challenge, growth)

Terror Zone (Fear, Pain, Fatigue, Hunger - no learning takes place)

Maslow's hierarchy of needs



Guest Feels More

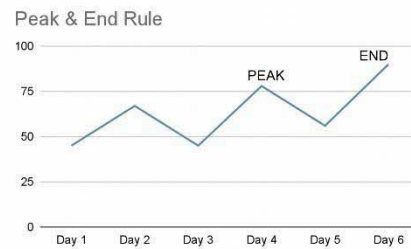
- Guests Feels More!
- If you as a guide feels any physical need, think that your guest feels it much more.
- If you are hungry, your guest is starving
- if you feel tired, your guest is exhausted
- if you feel cold, your guest is frozen
- Remember the *Guest Feels More* tip when you are guiding!



Group Management

- Emotional Intelligence
 - The ability to understand, manage, and express feeling; both your own and your clients'
- Social Skills: This consists of listening skills, conversational skills, and an awareness of those around you.
- Ability to use open questions - any question that cannot be answered with a simple, "yes" or "no."

Memorable Moments



Rest and Breaks

- Rest stops are important for pacing of the trip, checking on guests condition and ensuring their needs are met.
- Be mindful not to just rest for the sake of resting. Make a point of checking if people want a rest, or stop a rest site that has a meaning, story, great view etc.



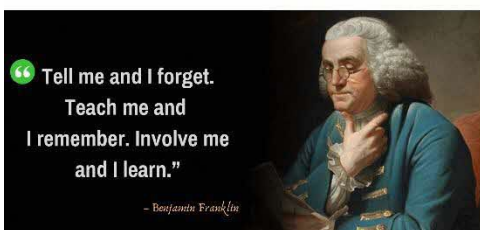
Natural & Cultural History Interpretation

"OK Google!!"

Professor Google will always be the expert! Being knowledgeable is not enough.

Story telling

Start with your story, your connection with the area



Types of Stories

- A true story from your life
- A true story from the life of someone you know
- A true story from the news or a current event
- A story that took place in history
- A fictional story, with made characters or events



Bring the story to life

The same story can either make people bored or get them excited - depending on the way you tell it.



How to talk

Articulate - voice up and down - slowly and expressively

Use silence as a technique - wait 2-3 secs after saying something you really want to emphasize. (like Obama!)

Repeat



Best setting to share a particular piece of information (pacing)

Explain the language (e.g. simple kanji)

大

Act as a link between visitors and host community



Form a big picture

Guests want to understand Japan in general.

Make history easy with concepts foreign guests will understand

Edo period, Shogunate etc ⇒ 'Samurai Japan'

Meiji Restoration ⇒ 'Modern Japan'

Historical figures e.g. Ieyasu Tokugawa ⇒ 'Mr. Tokyo'



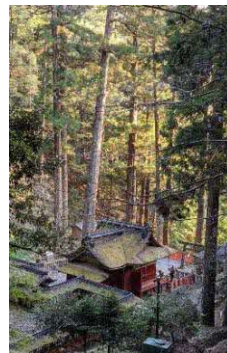
Thematic Interpretation

Good way to narrow a topic

Increase Relevance for Guests

Ties together elements of the trip

Add a sense of mystery. "It is said that"



Thematic Interpretation

A theme is never a single word – e.g. 'Ainu'
It has to be a complete sentence.

Ideally it will be a question .e.g. How did this river or mountain support the livelihoods of Ainu?

It has to be relevant with the environment and purpose of the trip. Can you touch, see, feel this story or topic about Ainu's livelihoods today?

It inspires guests to make their own opinion.



EXAMPLE

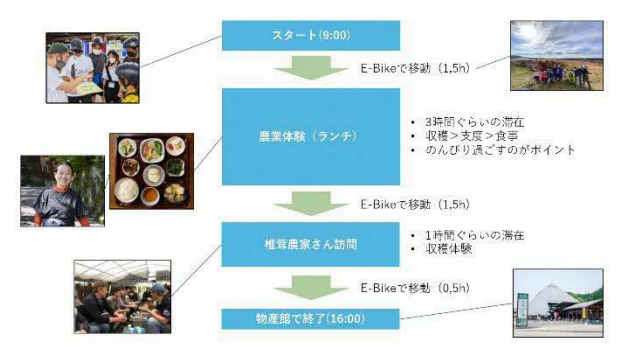
We are so lucky to have such a generous volcano!
Element of surprise...wait what? Generous Volcano?!

Yes, there is danger that it will erupt and cause destruction, but the generosity is huge!
- Fertile soils for agriculture = grass for cows = Hokkaido's delicious dairy
- Onsen for relaxation a thriving tourism industry
- Beautiful hiking trails and unique geology to admire
- Clean spring water to make yummy tofu☺





10月20日の噴火の様子



■ ツアーのストーリーやメッセージ

阿蘇の草原や山は何千年も前から人の手によって守られてきた唯一無二の環境です。しかしながら、時代の変化によってこの貴重な環境が失われつつあり、希少な動植物の絶滅の危機にも直面しています。この環境を守るのは決して簡単ではないが、先人たちの思いを受け継いで、この環境を次世代のために守ろうとしている人々があります。ぜひあなたも、阿蘇を応援し、この環境を守る一人となってください。

- #### 十勝のストーリー
- ・北海道の元々の森や植生が見える
 - ・開拓の当手を体験して、知れる
 - ・この歴史を生きた人たちと会える
 - ・北海道の農業がどこまで発展してきたかは感じれる
 - ・その姿を食などを通して味わえる
 - ・北海道の開拓の歴史を博物館や資料館などへ行かず、体験を通して学べる。
 - ・ボーナス、若い人がイキイキしている

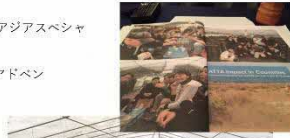
内容

Part 1. 自己紹介	Part 4. ATのこれが大事！
Part 2. Satoyama Journey	Part 5. 地域交流型ツアー
Part 3. 阿蘇高千穂PSA	Part 6. 最後に

ATの顧客は一体何を求めているのか、？

。。。ここが大事だよ！

ATと関わるようになったきっかけ
 ・2019 Shannon Stowell会長とJacob Finifrockアジアスペシャ
 ルアドバイザーの来日
 ・印象的だった二つの言葉
 ・九州の1週間の中で一番刺さった「これこそアドベン
 チャー！」



"This is the kind of tourism that I love. Immersive, with real people doing amazing things that are good for their community"

Satoyama Journeyのコンセプト

「Journey」という英語は「旅」を意味します。
 「Journey」という言葉には、また違う意味も含まれています。
 個人的な成長と変化の過程を表している言葉です。
 さらに、新しいステージへの道の意味もありです。
 要するに、「Satoyama Journey」という名に込められている想いは、
 「西小国の里山を旅することで客人として成長できる機会に巡り会え、
 人生の次のステップに繋げるヒントが見つかりますように」という願い



ほぼアドベンチャーツーリズムの概念そのものである！

地域の自然を観光資源と活用を両立させつつ、近代の都市を脱しない
 その単純な自然の存在形式を捉えて楽しむ観光そのもの。
 アクティビティを通じて地域の人々と双方向き合えることで、
 旅行者自身が新しい・多様な価値観に触れ自己改革を促すもの。

Adventure Travel
 Adventure travel is a type of tourism, involving exploration or travel with perceived (and possibly actual) risk, and potentially requiring specialized skills and physical exertion. Adventure tourism has grown in recent decades, as tourists seek different kinds of vacations, but measurement of market size and growth is hampered by the lack of a clear operational definition. According to the U.S.-based Adventure Travel Trade Association, adventure travel may be any tourist activity, including two of the following three components: a physical activity, a cultural exchange or interaction and engagement with nature. (ATA website, 2022).

Authentic [tourism]
 A tourism experience, which provides a genuine perspective and interaction with natural and cultural locations and contexts. Clients may also derive a sense of personal authenticity through their experiences (ATA website, 2022).



Authentic・本物 {ほんもの} の、真正正路 {しょうしんしょうめい} の、真正 {しんせい} の、真の、れっきとした〜何が偽物や複製されたものでないことを意味する。

釣りの体験①



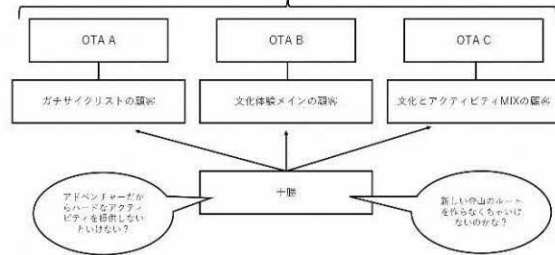
- ・アクティビティガイドと体験
- ・体験用の場所で簡単な釣り
- ・いつでも提供可能
- ・普段やっている釣りと違う
- ・自然と触り合う
- ・一応ATとは言える

釣りの体験②

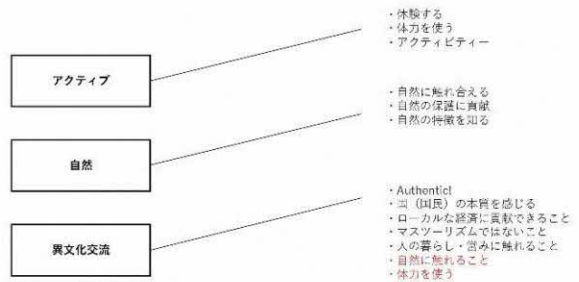


- ・地域の経済に貢献
- ・地元の人との交流
- ・日本のリアルな文化
- ・日本の本質・暮らしに触れる
- ・自然と振り合える
- ・体力を使う

AT



要するに。。。
 この「Authentic」という言葉を大切に、
 ツアーや体験を作ると、
 ATだけではなく、
 幅広く海外の旅行者に刺さるものになるはず！



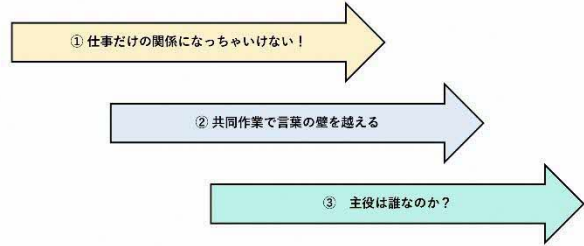
"This is the kind of tourism that I love. Immersive, with real people doing amazing things that are good for their community"



Satoyama Journeyの裏コンセプト

“友達を紹介する感覚で
海外旅行者と
地元の方々
を会わせる“

地域交流コンテンツで気をつけている三つのポイント



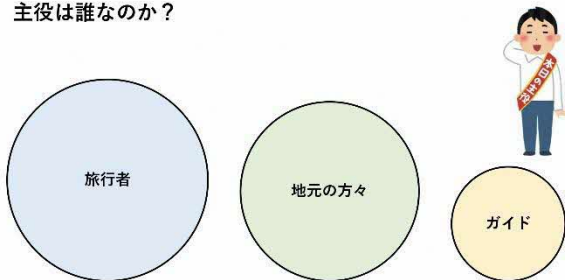
仕事だけの関係になっちゃいけない



共同作業で言葉の壁を越える



主役は誰なのか?



具体的な例



<p>内容</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 50%; border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;">Part 1. 自己紹介</div> <div style="width: 50%; border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;">Part 4. ATのこれが大事！</div> <div style="width: 50%; border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;">Part 2. Satoyama Journey</div> <div style="width: 50%; border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;">Part 5. 地域交流型ツアー</div> <div style="width: 50%; border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;">Part 3. 阿蘇高千穂PSA</div> <div style="width: 50%; border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;">Part 6. 最後に</div> </div>	<p>最後に まとめ</p> <ul style="list-style-type: none"> • インパウンドの高単価なツアーを作るときはストーリーやメッセージ性が大事 • 十勝にも北海道に欠かせない物語があって、直接に体験できる魅力 • ATの中には、Authenticな経験をお客様に提供するの是非常に大切！ • Authenticな経験を提供するには、アクティビティや自然よりも、もしかして地域交流コンテンツが一番有効！ • ATは一つの出口だけど、Authenticで地域に合った商品を作れば、幅は広が、長期的に継続できる！ • 地域交流のツアーに合う環境作りは大切 <ul style="list-style-type: none"> - 仕事だけの関係ではない - 共同作業で言葉の壁を越える - 主役は誰なのか？
<p style="text-align: center;">ご清聴いただきありがとうございました</p>	

2.4 意見交換会の実施

講演の中の疑問点の解決や、有識者との知識の共有のため、シャノン氏とマックス氏の2グループにわかれて意見交換会を実施した。

シャノン氏+雨池班（オブザーバー含む）

1	小川宣幸	フィールデザイン 代表
2	手塚睦	通訳案内士
3	梶山智大	株式会社AOILO 代表取締役
4	篠田 博行	十勝空旅舎
5	工藤 陽司	帯広市観光交流課 地域おこし協力隊
6	渋谷勝彦	箱家
7	Ms.桜井	箱家
8	西口 勇暉	帯広市役所 観光交流課 主任補
9	藤田 薫	帯運観光株式会社
10	実重 貴之	北海道開発局・帯広開発建設部・次長
11	野村竜介	TACとかちアドベンチャークラブ
12	高野竜二	高野農場
13	山本晃弘	(株)KOYA.lab 執行役員
14	宮本 昌武	芽室町役場 魅力創造課 地域おこし協力隊

マックス氏+常井班（オブザーバー含む）

1	磯野 巧	広尾町役場（地域おこし協力隊）、ピロロツーリズム推進協議会（事務局）
2	高島 敦子	浦河町地域おこし協力隊
3	永田剛	十勝シティデザイン 馬文化事業部／馬車BAR
4	加藤 帝	帯広市役所 観光交流室 室長
5	荒井宏文	札幌テレビ放送株式会社 コンテンツビジネス部
6	大川彩果	釧路市地域おこし協力隊
7	栗城 広賢	芽室町役場 魅力創造課 主事
8	蒲原亮平	有限会社蒲原水産 北海道JC
9	片岡 正太郎	(有)カタオカ企画
10	山川真幸子	全国通訳案内士（英語）
11	湯川大輔	クナウパブリッシング
12	及川雅敦	十勝プラス
13	大西華奈	クナウパブリッシング
14	渡邊太一郎	クナウパブリッシング

2.4.1.1 参加者からの感想

【シャノン氏の講演】

- シャノンさんのお話は数回聞いています。いつも学びがありますが、スルーガイドを1度経験してから聞くと、理解がより深まり、自分の反省点も改めて思い起こすと共に、もし次があれば、より良いものにしていきたいと強く感じました。
- シャノンさんの共同創業者が同じ業態を運営している方だったので、その点からも参考になりました。
- またガイドの役割、知識はAIに任せても良いので、ゲストにより良い体験、経験をしてもらえるように話すタイミングや場所、ペーシングなどが重要というのはすごく共感できた。
- スルーガイドとローカルガイドの間のコミュニケーションの徹底により、役割分担を明確化することが重要だと改めて思った。
- ガイディングの際に、「同じ地域のストーリーでも伝え方次第で人を退屈にさせたり、興奮させたりできる」という言葉が印象に残っている。
- 地域や人のストーリーを伝えることの大切さがよくわかった。ATと聞くと、ハードなアクティビティを想像しがちだったが、その土地の良さを伝える「コト」を意識すれば様々な形を生み出せるのではないかと、大変参考になった。
- これまでATについて学んできた事や課題に思っていた事と重複する内容でしたが、日本におけるATのパイオニアであるシャノンから直接お話を聞いた事で、それら知識の信ぴょう度が上がり、復習になったとともにこらから取り組むべき方向性も見えた気がしました。
- ガイドさん向けの話だったと思う。私が知りたい内容とは異なったが、ガイドのあるべき姿等非常に勉強になった。
- あらためてATガイドに求められるものについての解説が参考になりました。特に Authentic というものを突き詰めていこうと思いました。
- トラベルボイスのサイトを紹介してもらったことは良かったです。
- AT ツアーにおけるガイドに求められるポイントについて、言語以上にその土地のストーリーを伝えられるストーリーテラーとしての要素が重要であること。そしてそのストーリーはパーソナル(ひとりの人のライフストーリー)から引き込むことが十分にできるということを学んだ。それを実践するためにも、ゲストの声に耳を傾け、その人にとって何が大切なのか、どんなことに興味を示しているのかアンテナを張って、ストーリーを伝えるタイミング・場所・ペースをコントロールすることが重要になってくる。
- モニターツアー等が続いている阿寒地域においては、モニターツアー用の内容で話を進めていることが多いため、一度フラットになって実際のATゲストが何を求めて北海道を訪れるのかを、精査する必要があると実感。

【マックス氏の講演】

- austenitic であることの重要さがとてもよくわかりました。特に、地元の人との繋がりを作る上で、仕事だけの付き合いではなく、自分からも相手とつながっていく日頃の努力や気遣いが大切であることに、共感します。また、十勝の農業のストーリーを作る上で、「若い農家が生き生きとしている」ということが大切なポイントであることに気づかされました。
- AT といえば強度の高いアクティビティというイメージを持ってしまいが、そうではないソフトな内容でもできる事例を知れて参考になった。
- AT の定義には、Authentic というものが必要なのではないか、という問題提起はまさにその通りだと思った。元々その地域に根付いている文化、風土、産業、歴史などを観光客視点に置き換えることが必要だと感じた。
- 「Authentic な体験」という言葉が印象に残っている。
- 地域にもともとあることを磨くことの大切さがよくわかった。主役は誰なのか？響きました。
- 地域との交流を一番に置いている点がとても興味深く、アクティビティはあくまでも地域を知る為の手段という事を再確認できた内容でした。また、それに伴って、やはり地域の AT 振興には地元人の理解が不可欠である事を改めて思い知らされました。
- AT と地域交流についても興味があったため、マックスさんの話は有益だった。「友達を紹介する感覚で海外旅行者と地元の方々を会わせる」というのは、できるようでできないことだと思うがここにつきると思う。この辺のビジネスができないか、個人的な検討事項となった。
- 阿蘇での実践例がとても参考になりました。オーダーメイド、カスタマイズにより満足度を上げていると理解しました。その場合、料金設定がどうなるのかも聞いてみたいです。
- よく北海道まで来てくださいました。
- 「どんなひとたちが、なぜ、いまここで暮らしているのか」をストーリーの大小はあれど、その背景を伝えられるとより、地域への理解も深まり、ローカルとの強いつながりを生むことに繋がるのだと実感。また、世代の違う地元人々との交流を通して、その地域を守ろうとしている人々の姿勢や、未来を見据えられるような様子を伝えているという点には感銘を受けた。若者が活発に活動している様子は万国共通で、希望として受け取られ、その地域にまた訪れたい・この地域の未来が楽しみだ、と思ってもらえるきっかけとなるのではないかと。
- AT という言葉にとらわれることなく、旅に求められる価値を常に念頭に置いてツアーをデザインしていくことで、いつの時代においても旅人に価値を提供できる地域を目指すことが重要であるということ。上記を実践する為には「Authentic」であることを忘れずに、今ないものを作り出すのではなく、今あるものの価値ときちんと向き合って、それを求めているゲストに対して正しく伝えていくことが、地域と旅人の関係をより強く深いものにしていくのだと実感。
- 「すべての地域が AT をやらなくてもいい」というコメントは非常に刺さりました。地域づくりという大きな枠組みから見た時に、その地域をどのように発展させていきたいのかを明確にすること、その手段として AT の価値観をもつ旅人を呼ぶことが適切なのであれば取り入れるべきだし、そうでないなら別のアプローチをすべきだという姿勢に、地域と真摯に向き合ってきたワルさんの姿勢が表れていたと感じた。”

【全体の感想】

- 今回多業種の方に、AT のコンセプトやガイドの役割を知っていただけたことは、十勝全体にとってもプラスになると思いました。様々なアイデアや取り組みを知ることができ、参考になります。
- AT の今後の方向性として、アクティビティのマニア向けの商品化は向いていないだろうという話は、参考にもなるし、今後の自分たちができることを考える指標にもなると思う。
- 意見交換会に参加しているプレイヤーの方々がどう AT に関与できるかという観点が必要なのだと思う。何もアクションを起こさず指を加えていただけでは、十勝に AT は根付かない。誰が音頭をとり、それぞれのプレイヤーの役割が何なのかを明確にしていく必要があると思った。
- 様々な立場の方々が参加していた中で、「十勝地域としての観光振興」という部分に共感をしていただけたのが印象に残っている。
- 司会の方がうまく話しを回してくれていたのもとても良かった。
- 時間も限られており発言する機会が無かったのは残念ですが、普段お会いしている地域の事業者さまのお取組みについて、私の知らない事を知り、またそれに対するシャノンのご意見も伺えたので貴重な時間でした。
- ざっくばらんに意見交換ができて良かった。どちらかというとなックスさんとお話したかったので、彼のグループにしてもらったのは良かった。
- 時間の都合上難しかったとは思いますが、グループを一度シャッフルして、両氏と話す時間や、参加者同士で交流の時間が 20 分程度あれば尚良かったと感じました。
- 勉強になりました。ありがとうございました。
- 多くの自治体において、自地域だけでは完結できないことが課題として挙げられており、近隣地域との連携、広域ネットワークでの協力体制の構築を通して、お客様の滞在期間と満足度の向上に繋がられるのではないかと。
- ツアーの中で伏線を張ることで、目を追うごとにその地域への理解を深めていけるような構成を練っていくことも AT 旅行者にとって刺さるポイントとなる。ツアーの柔軟性をキープするためにもコアとなるテーマ、メッセージは設定しておくことが重要。たとえ天候不良で元の予定通りに動けなかったとしても、その地域で何を体験して、感じてほしいのかを設定しておけば、手段を変更してもテーマから逸れないような仕組みを確立することが重要。
- 営業販路や情報発信方法について、日本人向けの情報を翻訳するだけでは不十分で、きちんと来てほしい顧客のニーズを把握したうえで、情報の見せ方を工夫することが大切。その為にも、今既に地域に来てくれている人から情報を集めて(何を見て、何を求めてきたのか)いくことも重要になってくる。