



「訪日外国人へのおもてなし。全国通訳案内士という仕事」

宮下 真理 氏

全国通訳案内士(英語、独語)/SophiArt 株式会社 代表取締役
JHMA認定ホスピタリティ・コーディネータ

2025年の訪日外客数は4,268万人を超え、年ベースで史上最高値となった。2003年に政府のビジット・ジャパン事業が開始されて以降、東日本大震災やコロナという特殊要因を除けば、その数は概ね右肩上がりです。東京や京都といった大都市だけでなく、地方の街でも外国人旅行者の姿を見ることは珍しくなくなりました。円安や官民一体となったプロモーションの効果もあるだろうが、世界が日本という国の魅力により本格的に気づき始めたと感じる。

インバウンドは経済統計上、外需として扱われる。2025年の訪日客消費額は約9.5兆円となり、輸出額第一位の自動車(約17.7兆円)に次ぐ規模となった。第三位の電子部品・半導体の輸出額が約8兆円であることを考えると、インバウンドが日本経済に占める存在感は決して小さくない。また前年比で見ると、自動車輸出がほぼ横ばい、電子部品が2~4%程度の微増にとどまる中で、訪日客消費は16%を超える大幅な伸びを示した。その急拡大の影響でオーバーツーリズムや観光マナーの問題が取り沙汰されることもあるが、それでもなお、インバウンドは日本の基幹産業の一つとして定着しつつあると言ってよいだろう。

その訪日外国人を最前線で迎え入れる存在が、国家資格である全国通訳案内士、いわゆる通訳ガイド(以下ガイド)である。2025年4月時点において全国で27,950人が登録しているが、実際に稼働しているのは専業・兼業を合わせて約12,500人といわれる(2018年以降合法化された無資格ガイドは含まない)。この約12,500人がどのように外国からのお客様を迎え、日本を案内するかによって、日本という国の印象が大きく左右されると言っても過言ではない。通訳案内士がしばしば「民間外交官」と呼ばれる所以である。

もっとも、ガイドと聞くと、旗を掲げて多くの外国人観光客を引率しながら浅草や明治神宮を歩く姿を思い浮かべる方も多いかもしれない。しかし実際には、ガイドの仕事の形態は非常に多様である。

10年ほど前、オーストリア・ウィーンの音楽高校の生徒5人と教師1人のガイドを担当した。彼らは文化系インターハイとも呼ばれる全国高等学校総合文化祭の音楽部門に海外から招聘され、その年の開催地であった長野県各地のイベントに約10日間参加する予定であった。私はそのアテンド役を務めた。全員が初来日である。マイクロバスの中では、日本の歴史や文化の説明、訪問先の紹介、日本語での挨拶の練習など、彼らの旺盛な好奇心に応えるように次々と話題を提供した。彼らはまるでスポンジのようにそれらを吸収していった。日中のイベントが終わった後には、ホテルのレンタサイクルで街に繰り出し、地元の寿司店に入り、帰りには100円ショップで思い思いに買い物を楽しんだ。私は彼らに少しでも多く日本を感じてもらおうと、時にエンターテイナーの役割も演じた。彼らにとって、私を通して見える世界こそが日本だったのである。そこには、ホスピタリティの本質ともいえる、双方向の心の交流が確かに生まれていた。

一方で、全く異なるタイプのガイド業務もある。昨年、いわゆるVVVIPと呼ばれる米国の超富裕層のお客様の小グループを約8日間アテンドする機会があった。皆様それぞれの分野で第一線に立つ方々で、半数以上がすでに出張などで来日経験をお持ちだった。今回は休暇旅行として、グループの一人が所有するプライベートジェットで来日された。私の役割は、一般的な意味での「ガイド」というより、旅行中に予定されている様々なプログラムが円滑に進むよう、お客様と現場、エージェントの間をつなぐコーディネーターに近いものであった。

朝、マイクロバスに乗り込むと、その日の予定を簡潔に説明する。移動中は多くの場合、お客様はスマートフォンやPCで仕事のメールを確認されている。必要以上に話しかけることは控え、訪問地に到着する直前に、要点だけを端的に説明する。質問には簡潔かつ正確に答える。もし説明が的を射ていないと、お客様の表情が即座に曇る。普段から時間とサービスの質が徹底的に管理された環境で生活している方々にとって、旅行中であっても自分への投げかけが理路整然としていることは当然だからである。お客様は休暇を楽しんでいらっしゃるようにお見受けしたが、こちらは常に緊張し通しだった。自分の仕事かのように評価されているのか確信が持てなかったからだ。しかし旅の最後に、お客様からチップとともに一通の手紙をいただいた。そこには、プロフェッショナルな仕事への賛辞と、日本での滞在がいかに楽しいものであったかが綴られていた。形は違っても、そこにもまた、確かに心の交流が存在していたのだと感じた瞬間だった。

ガイドの仕事とは、お客様と出会った瞬間から、その方が何を求め、何を求めているのかを全身の感覚で感じ取り、それに対する最適解を瞬時に実行する仕事である。それは当然、お客様、訪問先の方々やその地域社会、発注元、ガイドである私たち自身を含めた最適解であることが求められる。それには双方向、多方向の高いレベルでお互いをおもな心との交流が必須である。これこそがホスピタリティの真髄と言えよう。こうしたホスピタリティのあり方について講義や研修の機会をいただくこともあるが、数々の現場で培われた感覚こそが、その本質を最もよく教えてくれると感じている。

2016年に政府が策定し、今なお日本のインバウンドの金字塔となっている「明日の日本を支える観光ビジョン」では、2030年までに訪日客6,000万人、消費額15兆円という目標とともに、富裕層旅行者の誘致が重要な柱として掲げられている。訪日客の増加に伴い、そのニーズは今後さらに多様化していくことが予想される。旅の形が多様になればなるほど、現場でお客様と向き合う人材の役割はより重要になる。日本を訪れる外国人にとって、最も記憶に残るのは名所ではなく「人」、「人から受けたホスピタリティ」である。ガイドはその「日本という国の顔」として、これからも重要な役割を担っていくことになるだろう。