

平成19～21年度エコインストラクター人材育成研修

概要

ご紹介する「エコインストラクター人材育成研修」は、平成19年度から平成21年度まで行った環境省主催の人材育成事業です。環境省と自然学校・エコツアー事業者が連携し、今後の自然系ツーリズムを担う質の高い人材を育てようという画期的な取り組みです。



全国の受講生と一緒に、基礎的な知識を学ぶために2泊3日の講義を受け、第一線で活躍する講師陣と、全国の仲間と共に学習しました。



全国にある受け入れ団体にて、実地研修をおこないました。自然学校インストラクター、エコツアーガイドの「現場」を体験する絶好の機会となりました。



実地研修中には、業界の最新情報が盛り込まれたテキストにて知識を習得しました。その後、レポートを提出し、理解を深めました。



実地研修、通信教育、そして中間試験、修了試験を経て、エコインストラクター人材育成研修の修了が認定されました。

目次

エコインストラクター人材育成事業

- ◆エコインストラクターとは
- ◆研修の内容 / ◆研修の実施体制

P 1 ~ P 4

Pick Up

- ◆写真で見る実地研修

P 9

◆ 研修のスケジュール ◆



P 5 ~ P 6

P 7

P 8

P 9

P 10

P 10

研修に関する詳細事項

P 11 ~ P 14



質問 エコインストラクターって何ですか？

「エコインストラクター人材育成研修」は、平成 19 年度から平成 21 年度まで実施された環境省主催の人材育成事業です。環境省と自然学校・エコツアー事業者が連携し、今後の自然系ツーリズムを担う質の高い人材を育てようという画期的な取り組みです。将来、自然学校のインストラクターやエコツアーガイドになりたい方、あるいは地方に住みながら自然と関係の深い産業に従事したいと考えている方には、ぜひ関心を持ち、受講いただきたい研修です。

この事業が生まれた背景

80 年代初頭、日本に自然学校が生まれ、90 年代初頭にはエコツーリズムの波が起きて、既に 25 年以上の歴史を刻んでいます。自然学校は『自然と人』『人と人』『人と社会』の関係を築き直す運動として始まり、エコツーリズムは『環境』と『観光』の両立を図ることで地域資源の保全や活性化に貢献する運動として迎えられてきました。

ともに、環境問題に向けられた人々の関心、健康的な生き方、地域の自然・文化資源の価値を見直すまなざしが、観光産業の新しい潮流とも連動して、確実に日本社会に根付きつつあります。

ところが、現場でこれらの活動を担う資質・能力を備えた人材は圧倒的に不足しており、十分に人材需要に応えられていない現状がある反面、就業の仕組みや機会が未整備なために研修を修了しても就業できない人が多い状況や、必要な資質・能力を蓄えていない事業者の起業も増えているなど、必ずしも現状は社会のニーズに応じていません。このような背景のもと、近年、地域の自然・文化を来訪者に体験的に伝え、

楽しく学ぶ機会を提供する質の高い人材の育成がとくに急務とされ、全国各地で人材育成が取り組まれてきました。

そして今、社会が求めているのは、単なる体験活動提供者、案内人ではありません。地域を動かすことの出来る産業と、その担い手なのです。

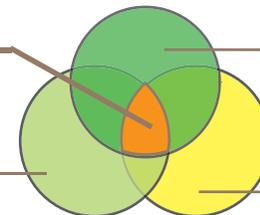
エコインストラクター人材育成事業は、そのためのアクションです。

エコインストラクター

エコツアーガイド

自然学校インストラクター

地域活動の担い手

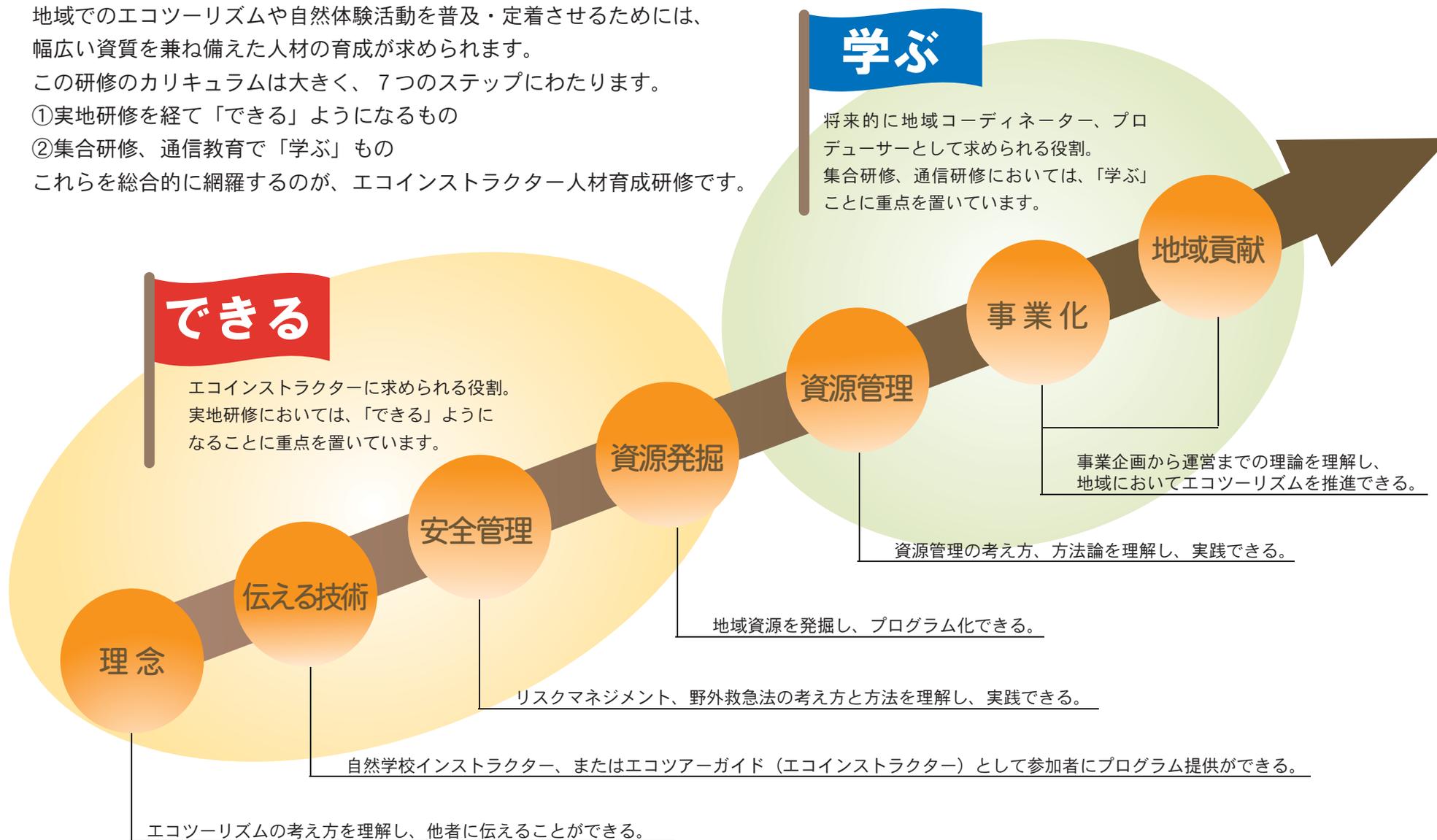


質問 どんなコトを学んだのですか？

地域でのエコツーリズムや自然体験活動を普及・定着させるためには、幅広い資質を兼ね備えた人材の育成が求められます。

この研修のカリキュラムは大きく、7つのステップにわたります。

- ① 実地研修を経て「できる」ようになるもの
 - ② 集合研修、通信教育で「学ぶ」もの
- これらを総合的に網羅するのが、エコインストラクター人材育成研修です。



研修の内容

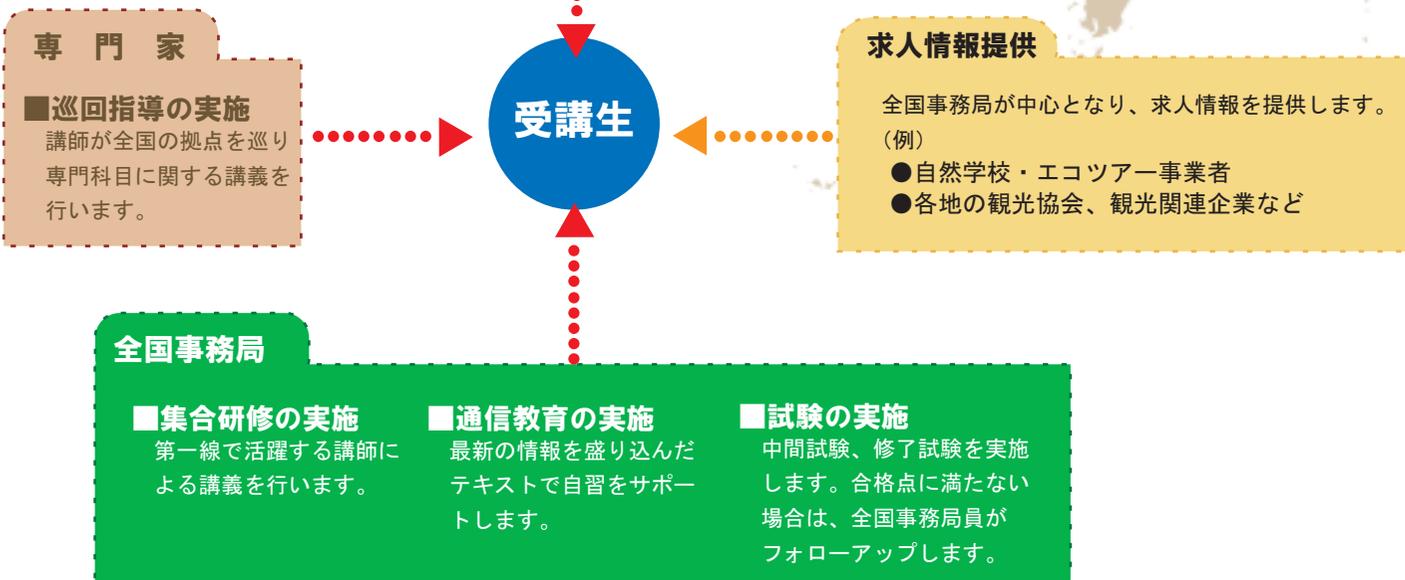
カテゴリー	No	科目・研修名	時間数	集合	通信	巡回	実地	科目・研修概要
業務の理解	1	屋内外における通常業務	500				500	屋外業務・・・自然体験プログラムを実施するための施設の整備・営繕等 屋内業務・・・業務関係書類の整理情報の収集・整理等
		野外救急法及び野外における安全管理	3				3	プログラムの事故や疾病に対応するための野外救急法について、基礎的な理論と技能を学ぶ。
		プログラム・エコツアーの実地研修	110				110	受け入れ先が開催する自然体験プログラムやエコツアーに(補助)スタッフとして同行し、現場での具体的業務を学ぶ。
		プログラム・エコツアーの評価と修正	10				10	実施した自然体験プログラムやエコツアーについて、事後評価及び次回への修正を実務として行う。
技術・知識	2	エコインストラクターの役割	3		3		エコインストラクターがもつ社会的役割や現場や地域における総合的な役割について理解する。	
	3	伝える技術	8	5	3		インタープリテーションの基礎的な理論を学習した上で、実際に人に伝える際の具体的な手法や表現方法について実践的に学ぶ。	
	4	ホスピタリティの実践	3		3		参加者に満足してもらえるためのノウハウ、心がけについて学ぶ。	
	5	体験プログラムの実際	3		3		受け入れ先が開催する自然体験プログラムやエコツアーの構成等について体系的に学ぶ	
事業における安全	6	リスクマネジメント	5	2	3		プログラム中に想定されるリスクとその回避策、また起こった事故へ対処するための考え方や具体的手法について、保険の基礎知識とともに学ぶ。	
	7	関連法規の基礎	3		3		自然公園法や自然環境保全法旅行業法や道路運送法など、事業を進める上での関連法規について学ぶ。	
資源管理	8	自然環境概論	3		3	10	日本の自然環境の特徴 資源としての可能性について学ぶ	
	9	資源管理の考え方と仕組み	3		3		資源管理の考え方と実効性のある仕組み(ガイドラインの設定、モニタリング等)について先進事例を交えて学ぶ。	
事業運営	10	観光関連産業の仕組み	3		3		地域における旅行会社や観光協会 運輸業界 宿泊・飲食施設 土産販売店などの関係性を学ぶ。	
	11	旅行会社業務の理解	5	2	3		旅行会社の業務(商品造成販売等)について、総合的に理解する。	
	12	観光協会業務の理解	3		3		観光協会の仕事や地域における役割を学ぶ。	
	13	農山漁村における体験型観光	3		3		事例をもとに、農山漁村における資源を活用しながら体験型観光を推進する仕組みを学ぶ。	
	14	地域プロデュースの方法	4	1	3		地域の魅力を掘り起こし、活力ある地域づくりに活かすための基礎的方法を学ぶ。	
	15	事業企画・運営の実際	3		3		事業運営計画の作成や活動のための組織づくり等、事業の継続的運営の基礎となるノウハウを学ぶ。	
	16	広報活動の基礎	3		3		消費者に対し効果的にPRするための広報活動について、その理論と具体的方法について学ぶ	
	17	社会企業論	5	2	3		持続的発展や社会貢献に直接関わる企業のあり方について学ぶ。	
活動理念	18	エコツーリズム概論・自然体験活動概	5	2	3		エコツーリズム及び自然体験活動の基本概念や効果あるべき姿について、国内外での発展の歴史や各地の具体事例等を通じて幅広く学ぶ。	
時間数合計			698	14	51	10	623	研修の時間算出方法...1日8時間×週5日×18週=計720時間(目安) 通信教育は各科目3時間換算

質問
誰から学ぶことができましたか？

自然学校やエコツアー分野の第一線で活躍している事業者や各界の専門家が集結。みなさんの研修をバックアップしました。カリキュラム内容はすべて、専門家・有識者の協議により「即戦力として通用する知識や技術を学ぶために不可欠」として編成されたものです。ついていけるだろうかと不安になる人もいたかもしれませんが、もし研修中に悩みや不安が生じた場合でも、全国事務局本部の研修担当者が常時相談にのりましたので、安心して研修期間を過ごすことができました。

全国ネットを活かした実地研修受入組織（平成 21 年度）

- 黒松内ぶなの森自然学校（ねおす）【北海道】
- 岩手こども環境研究所【岩手県】
- かみえちご山里ファン倶楽部【新潟県】
- くりこま高原自然学校【宮城県】
- あぶくまエヌエスネット【福島県】
- トヨタ白川郷自然学校【岐阜県】
- グリーンウッド自然体験教育センター【長野県】
- 国際自然大学校【栃木県・山梨県・東京都】
- キープ協会【山梨県】
- 千葉自然学校【千葉県】
- 自然教育研究センター【東京都】
- 木風舎【東京都】
- ホールアース自然学校【静岡県】
- 富士山山自然体験活動推進協議会【静岡県】
- ひろしま自然学校【広島県】
- 大杉谷自然学校【三重県】
- 高知県西部 NPO ネットワーク【高知県】
・海癒 ・黒潮実感センター ・四万十楽舎
- 野外教育研究所 IOE【熊本県】
- がじゅまる自然学校【沖縄県】
- 沖縄体験ニライカナイ【沖縄県】
- やんばる自然塾【沖縄県】
- なきじん海辺の自然学校【沖縄県】
- よみたん自然学校【沖縄県】



質問 どのように申し込みしたのですか？ (平成 21 年度実施内容)

応募について

願書及び作文をご提出していただきました。

※全国事務局が仲介し、応募の前に、実地研修受入組織へ研修内容について確認するようお勧めしました。

審査方法について

審査は提出していただいた作文及び書類にて選考しました。

また選考後、実地研修先も含めた面談を行いました。

面談日は下表の通りです。東京会場と沖縄会場で行いました。

※選考結果は、郵送でお送りしました。

※尚、実地研修受入組織が決定した後、全国事務局の仲介のもと、受講生と受入組織との間で、研修内容に関する契約書を交わしていただきました。

■ 申し込みの際に必要な提出物 (郵送または持参)

平成 21 年 8 月 18 日 (火曜日) 〆 切必着

① 願書

HP 上からダウンロードできるようにしました。

② 作文

「研修受講の動機」について 2,000 字以内。
書式は自由としました。

※郵送の場合は当日消印有効ではなく当日必着。

※持参の場合は受付最終日までとしました(土日祝日以外 10 時～17 時)。

※Eメール添付、ファックスは不可としました。



日本環境教育フォーラムのHP
<http://www.jeef.or.jp/ecoins/index.html>

■ 面談日

東京会場：平成 21 年 9 月 1 日 (火曜日)

沖縄会場：平成 21 年 9 月 5 日 (土曜日)

※面談会場、時間等の詳細については書類選考後にお伝えいたしました。

エコインストラクター募集要項（平成21年度実施内容）

本事業は平成21年度をもって終了しました。

応募要件：以下の全ての要件を満たすこと

- ①集合研修開始時点で、20歳以上の男女
- ②将来、自然学校インストラクターやエコツアーガイド、地域における関係産業に就労する意志があること
(受講のみを目的とする場合はお断りしました)
- ③集合研修および実地研修に参加し、所定の研修項目を受講できること
- ④下記日程で行われるいずれかの面談に参加できること
平成21年9月1日（東京） / 平成21年9月5日（沖縄）

審査方法：書類選考（願書・作文）

※選考後、実地研修受入組織担当者との面談を経て研修先を決定いたします。

※態度・能力が著しく研修基準に満たない場合で、指導による改善及び本人の意志に改善が見られないとき、受入組織及び全国事務局の判断により、研修期間中であっても、途中で研修終了とさせていただく場合があります。ご了承ください。

研修期間：集合研修 平成21年9月15日～平成21年9月17日（東京）
平成21年9月27日～平成21年9月29日（沖縄）
※いずれかを受講

実地研修 平成21年10月1日～平成22年2月28日

費用：講義に関するものは無料です。但し、研修参加に係る以下の経費は、参加者の自己負担となります。

- ①集合研修の宿泊費・食費
- ②実地研修中の生活費（宿泊費・食費等）※実地研修受入組織により異なります。
- ③交通費
- ④研修中の傷害保険料
- ⑤その他、実地研修受入組織により必要とされるもの

待遇等：実地研修中の休日・就業時間等の諸規定については、受入組織の規定に準じて設定されます。研修中のインターンシップに対して、報酬が支払われることはありません。

研修内容：本研修は、基本的に全国共通カリキュラムに則り、以下の4本柱で行われます。

実際の実地研修は、各受入組織の活動内容等により異なります。

- ①集合研修
- ②通信教育
- ③実地研修
- ④巡回指導

修了要件：①集合研修、実地研修のそれぞれの時間数のうち、7割以上の参加

- ②中間試験、修了試験の得点が6割以上の成績
- ③通信教育のレポート提出（合計5回の全て）と、評価得点が6割以上の成績
- ④実地研修に対する評価得点が6割以上の成績
- ⑤その他、全国事務局が認めた場合

※②～④について、成績が記載された基準に満たない場合でも、全国事務局・講師等によるフォローアップにより、同等の知識・技術を身につけたと評価される場合には、修了要件を満たしているとみなします。

申込方法：願書及び作文を下記期限までに、エコインストラクター全国事務局まで郵送または持参してください（当日必着）。

平成21年8月18日（火曜日）必着

※持参の場合は受付最終日までとします（土日祝日以外10時～17時）。

※Eメール添付、ファックスは不可とします。

◆作文テーマ「研修受講の動機」2,000字以内（書式自由）

【エコインストラクター全国事務局】

〒160-0022

東京都新宿区新宿5-10-15 ツインズ新宿ビル4階

社団法人日本環境教育フォーラム 京極（きょうごく）・小堀（こぼり）宛

電話03-3350-6770（代表） E-mail ecoins@jeef.or.jp

質問 面談後、どんなカタチで研修がおこなわれたのですか？

(平成 21 年度実施内容)

エコインストラクター人材育成事業は、受講生が効果的に「技能」、「知識」を体得できるように4つの研修スタイルを取り入れました。
※詳細は次ページ以降を参照

STYLE1 集合研修 (2泊3日・合同)

自学では学習困難な科目について、専門家の直接指導を受けました。
平成 21 年 9 月 15 日～平成 21 年 9 月 17 日 (東京、新宿御苑)
平成 21 年 9 月 27 日～平成 21 年 9 月 29 日 (沖縄、那覇市ぶんかテンプス館)

STYLE3 巡回指導

特定の科目について、専門家が巡回し、直接指導を行いました。
受講生には、ブロック毎の巡回指導実施場所に集まって
いただきました (期間中 2 回)。

STYLE2 通信教育

教材等を使用して通信教育を実施し、専門家の添削を受けました。
全受講生共通のテキストで、自分のペースで学習できました。
(研修期間中、5 回)

STYLE4 実地研修

全国の受入組織での業務を通じた実地研修を約 5 ヶ月間行いました。
実際の現場の中で、必要なスキルを身につけていきました。



集合研修について

面接後、実地研修に入る前に、各地の受講生が集まり 2 泊 3 日の集合研修が開催されました。この研修では、これから始める実地研修がより充実したものになるよう、必要な知識や考え方など座学を中心とした講義を、各業界の第一線で活躍する講師陣がレクチャーしました。 ※東京と沖縄ではカリキュラムの内容が一部異なります。

	1 日目	2 日目	3 日目
【スケジュール予定】	10:00 開講式 受講生自己紹介等	9:00 SS3: 地域プロデュースの方法	10:00 SS6: ホスピタリティ論
	10:45 SS1: エコツーリズム概論・ 自然体験活動概論	10:40 SS4: 伝える技術 ～理論編・実践編～	13:00 SS7: 社会企業論
	13:00 SS2: 旅行業の現状と 着地型観光	13:00 SS5: リスクマネジメントと 保険	14:30 研修のふりかえり 今後の実地研修に向けて
	16:00 終了	16:00 終了	15:30 終了



実地研修について

右図は 1 週間の研修スケジュール例です。実地研修受入組織の指示のもと業務を行いながら、カリキュラムに盛り込まれた研修内容を進めていきました。受講生が通信教材で学習し、自ら行う研修もありますが、分からない点は、全国事務局の担当者や受入組織の担当者に意見やアドバイスを求めることもできます。尚、休日や勤務時間等については、受入組織の規定に準じて設定されます。

～研修中の保険について～

研修実施中の怪我・疾病に備え、傷害保険に加入していただきました。万が一の場合は、下記保険の範囲内で補償を受けることができます。保険加入に関する手続きについては、全国事務局が一括して行いました。なお、損害保険料 10,000 円程度各自で負担していただきました。

【補償額】

死亡・後遺障害 1,000 万円 入院日額 5,000 円 通院日額 3,000 円
個人賠償特約 2,000 万円 救援者 500 万円

【イメージ】

曜日	午前	午後	夜
月曜日	● 施設整備（焚き火場作り）		● 通信教材にて自習
火曜日	● フィールドの自然調査		● 不明な樹木についてスタッフに確認
水曜日		～ 休み ～	
木曜日	● イベントのパンフレット製作		● 旅行者との打ち合わせに同行
金曜日	● 事務業務（書類整理）	● 施設内の清掃作業	
土曜日	● 施設整備（作業場の階段づくり）		● 施設整備（作業場の階段づくり）
日曜日	● エコツアープログラムに同行・補助		● 後片付け、反省会

Pick Up 写真で見る実地研修(イメージ)



自然調査

調査しながら、身近な草花のデータベースを作成。地道な作業がプログラムに生きる。



プログラム補助

プログラム現場に立ち、指導実習を通じた経験を積むことで、資質を向上させる。



自然の案内

地域の自然について学び、参加者に伝えることを通じて、エコツアーガイドの役割を学ぶ。



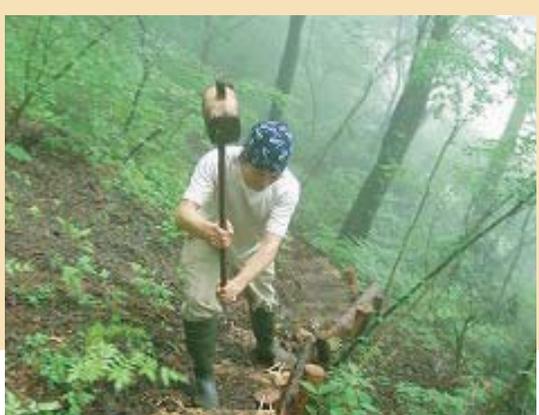
打ち合わせ業務

旅行会社や学校団体などの下見・打合せに同行することで、準備段階の業務を学ぶ。



事務作業

現場でのプログラム実施は、予約・手配等の事務局運営に支えられている。事務所内における業務を通じて、運営基礎を学ぶ。



施設整備

キャンプ場や牧場などは自然学校インストラクターにとっての仕事場の一つ。自らの手で施設整備や動物の世話をすることの大切さを学ぶ。

5、通信教育について

実地研修の期間中、最新の情報を盛り込んだテキストをもとに知識の習得に努めていただきました。受講生の皆さんはそれらを読み込んだ上で課題レポートを提出しました（テキストのテーマについてはP3を参照）。全国事務局

はテキストの内容をきちんと理解できているか、レポートをチェックし、コメントを加えて、受講生の皆さんに返却しました。

全国事務局
■巡回指導の実施
講師が全国の拠点を巡り専門科目に関する講義を行います。



- ①「共通テキスト」を受講生に送付。「学習スケジュール」等も同封。
- ②郵便またはメールにて、レポートの課題を受講生に送付。
- ③科目毎に指定されている提出期日に沿って、課題を提出。
分からない点は、受講生が全国事務局通信教育担当者に相談。
- ④専門家が添削し、郵便またはメールで受講生に返信。

6、巡回指導について

実地研修の期間中に、特定の科目について、専門家が巡回し、直接指導を行いました。各界のエキスパートである講師陣に、質問や相談ができる絶好の機会です。受講生には、ブロック毎の巡回指導実施場所に集まっていただきました（期間中2回）。



第一線で活躍する講師による研修



将来に関することや、現状の課題をじっくりカウンセリング

■巡回指導研修内容（一例）

- ・エコインストラクターの意義、役割
- ・インタープリテーション論
- ・成功事例から見る地域プロデュースの方法
- ・起業化を考える
- ・将来の目標の設定
- ・目標を達成するための計画（アクションプラン作り）

※各地区の受講生の要望、状況等を勘案し、研修内容を決定。

※研修後（場合によっては研修前）、講師と受講生が向き合い進路等についてのカウンセリングを行う。

研修に関する詳細事項

【応募要件】

1. 応募要件について

◆対象年齢は20歳（集合研修開始時点）以上としました。

研修内容に社会的責任を伴うものが含まれているため、20歳以上に設定しました。

◆「応募要件」を満たしていない方は、原則として応募を受け付けませんでした。

集合研修（東京又は沖縄）への参加や、面談参加も必須要件となっていました。

【審査】

2. 書類審査について

◆書類審査は全国事務局が実施しました。応募要件を満たしていることを確認するとともに、本研修を受講する動機等を確認しました。

応募書類選考の結果、応募要件を満たしていなかったり、受講生としてふさわしくないと判断された場合は、全国事務局よりその旨通知しました。

3. 面談について

◆第一希望の現地研修受入組織との面談で、受入れが認められなかった場合は、全国事務局による調整のもと、第二希望、第三希望もしくはその他の受入組織への受入れをお願いすることもありました。

面談は東京・沖縄の両会場で実施しましたが、応募願書で「第一希望」に挙げていただいた受入組織が参加する会場にお越しいただきました。

【費用】

4. 研修参加に係る経費について

◆現地研修受入組織の都合により、受講生が負担する生活費等は異なりました。

現地研修受入組織での生活費（食事・宿泊）等は現地研修受入組織の状況によって異なりました（例：社宅の有無等）。どの程度の経費がかかるかについては、全国事務局が情報を集約いたしました。

【研修内容】

5. 集合研修について

- ◆原則として全日程の参加を求めました。



ただし、やむを得ない事情により休講しても、受講の全時間数の7割以上の出席が確認されれば要件を満たしたものとしました（無断休講は認められません）。

6. 通信教育レポートについて

- ◆全5回、全てのレポートを提出することが修了要件のひとつとなっていました。
- ◆レポートごとに定められた提出期限は厳守していただきました。期限後の提出は減点の対象となりました。



各レポートは全国事務局で添削し、6割以上の得点で合格としました。6割に満たない場合は全国事務局でフォローアップしました。

7. 実地研修について

- ◆原則として、実地研修は期間を通して参加していただきました。



受入組織が設定した研修スケジュールに沿って、受講していただきました。やむを得ない事情により欠席する場合でも7割以上の参加を修了要件としました。

8. 中間・修了試験について

- ◆原則として実地研修受入組織を会場にして実施しました。
- ◆試験は受講生のランク付けを行うものとはしませんでした。



6割以上の得点で合格としました。試験監督は実地研修受入組織のスタッフが行いました。

当該研修の知識の習得度を見極め、追加の研修や課題等のフォローアップを行うために実施しました。

9. 巡回指導について

- ◆全国ブロックごとに2回実施される専門家の巡回指導には必ず参加していただきました。



専門家による巡回指導では、研修カリキュラムに関する講義のほか、日常生活のカウンセリングや就業支援なども実施しました。

10. 評価について

- ◆共通の評価表に基づき、評価しました。



受講生の評価は、各レポート、実地研修、中間・修了試験において実施しました。それぞれ全国共通の評価表が設けられており、全国事務局が評価しました。評価について不明な点等が発生した場合は、全国事務局で対応しました。

◆評価は公表しませんでした。



評価は研修の知識の習得度を確かめるものとししました。追加の研修や課題が必要かどうか、もしくは所定の目的に達したかどうかを見るものです。よって受講生全体のランク付けを行うためのものではありません。
原則として評価は公表しませんでした。もし就業希望先等からの要請があった場合には、一定のガイドラインを作成して対応することを想定していました。

1 1. 実地研修受入組織の途中変更について

◆研修期間中に実地研修受入組織を変更することは、原則として認めませんでした。



ただし、やむを得ない事情がある場合には全国事務局にて検討し、対応しました。

【修了要件】

1 2. 修了要件に満たなかった場合について

◆成績の状況によって留年という措置は行いませんでした。
態度・能力等が著しく基準に満たない場合を除き、全国事務局がフォローアップしました。



本用件の場合は実地研修受入組織、検討委員会、環境省担当官と協議を行い対応しました。

【生活】

1 3. 研修中の生活について

◆日常生活の移動手段は受講生で準備することとしました。



日常生活に係る部分（日用品・食材の買出し等）の移動交通には、受講生が自ら（自家用車か自転車、徒歩等）用意することを前提としました。
研修内の移動交通（フィールドまでの往復等）は、実地研修受入組織によって条件が異なりました。

◆自宅からの通い研修も認められました。



カリキュラム内容・時間数を満たしている限り、自宅からの通い研修も可能としました。

【受講不合格、中途での失格】

1 4. 受講不合格および、中途での失格について

◆受講希望者は①応募書類による選考、②実地研修受入組織による研修中の評価、の2段階で審査があり、要件に満たない場合、もしくは不適格とみなされた場合には研修途中にあっても研修打ち切りとすることにしました。



不合格についてはすみやかに書面で通知することとしました。
研修途中での研修打ち切りについては、実地研修受入組織と全国事務局等で慎重に協議をし、受講生と面接を行い決定することとしました。

(例) 学習意欲がないものや、社会常識に欠けている行動をとり、実地研修受入組織に対し、迷惑をかけている場合等。

【研修修了後】

1 5. 修了後の肩書きについて

◆「エコインストラクター」は公的な資格ではありません。



「エコインストラクター」は公的な資格ではありません。
ただし、平成19～21年度の修了生については、履歴書等に「環境省エコインストラクター人材育成事業修了」と記入することはできることとしました。

1 6. 就職支援について

◆求人情報の提供等を通じて、就業支援を実施しました。



全国事務局では、メールによる求人情報の提供など、研修修了者への就職支援を実施しました。

◆研修修了は実地研修受入組織等での就職を保証するものではありません。



実地研修受入組織での就職を希望する場合は、当該団体の採用担当者に直接相談していただきました。

SS1 エコインストラクターの役割

執筆者：広瀬敏通氏(ホールアース自然学校)

自然とのふれあいを求める人々が増加する中、自然体験活動やエコツアーが盛んに行われています。同時に、こうした活動を提供する「ガイド」や「案内人」も、様々な仕組みを通じ、全国各地で育成・輩出されており、「エコインストラクター(本事業内での呼称)」もその一つとして位置づけることができます。ここでは、エコインストラクターに求められる資質や実際の活動例などを参考にしながら、今後果たしていくべき役割について考えていきます。



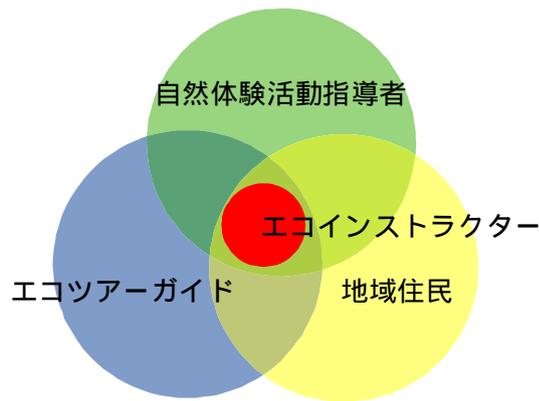
1、エコインストラクターとは

わが国では戦前からボーイスカウトやYMCAなどの組織的野外活動が社会性の涵養や人格形成を目的に広く行われてきました。1960年代以降になると、高度経済成長の陰で様々な社会的課題が顕在化するなか、公害問題の高まりとともに自然保護運動が起こり、次いで70年代半ばには自然観察会ブームが巻き起こりました。これらを自然体験活動前史とすると、現在の自然体験活動は80年代に始まった自然学校の取り組みに代表される「自然と人」「人と人」「人と社会」の関係を築き直す運動として広がりを見せてきました。そこでの合言葉は『自然が先生』というもので、社会性の涵養や人格形成以前に、人と自然のよりよい関係づくりに主眼を置いた活動として広がりを持ってきました。また、90年代に入ると、「環境」と「観光」の両立を図りつつ、地域資源の保全や活性化に貢献する運動としてエコツーリズムが始まっています。

ともに、環境問題に向けられた人々の関心、健康的な生き方、地域の自然・文化資源の価値を見直すまなざしが、都市と農山漁村の交流活動や観光産業の新しい潮流とも連動して、確実に日本社会に根付きつつあります。こうしたなか、地域の自然・文化・暮らしを来訪者に体験的に伝え、楽しく学ぶ機会を提供する質の高い人材の育成が急務とされ、全国各地で取り組まれてきました。

「エコインストラクター」は、自然学校インストラクターやエコツアーガイドなどを目指す人材として、国による自然ふれあい活動推進の流れから生まれた概念であり、これまでの「ガイド」や「案内人」「インタープリター」なども含まれます。

さらに、現代社会は、従来型のガイドや案内人の枠に留まらず、安全管理や地域資源のプログラム化にまで踏み込んだスキルを有していると同時に、自然の適正利用や事業の企画・広報など、地域貢献につながる視野も持ち合わせる人材、つまり、「地域を元気にする担い手」としてのエコインストラクターを求めています。



2、エコインストラクターに求められる資質

エコインストラクターに求められる資質は、単にプログラムを実施したり、自然の中を案内するだけのものではありません。下記に掲げる7つの項目についての「認識」が必要であり、それを日々の活動の中で具体的な「実践」につなげていくことが大事です。

1)「理念」

自然体験活動やエコツーリズムが内包する理念や社会的意義は、それを他者に分かりやすく、時には楽しく伝えることによって、社会化されていきます。理念なきガイドは、業務として仕事しているに過ぎず、参加者に対して質の高いサービスを提供できないだけでなく、誤ったメッセージを与えてしまうことにつながりかねません。

また、国内における自然体験活動やエコツーリズムは歴史が浅く、現在進行形であるため、概念も評価も定まったものではなく、つねに社会との連動や立ち位置、役割が変化する可能性をもっていることにも配慮しておく必要があります。

2)「伝える技術」

参加者にプログラムを提供することは、エコインストラクターの主要業務です。自らのメッセージを他者に「伝える」ことや、プログラムを通して人と人、人と自然、人と社会を「つなぐ」意味や手法を理解し、それを実践できる資質は不可欠です。

自らのメッセージが他者にしっかり伝わっているかどうかを確かめるには、プログラム実施時の参加者の興味、関心などの度合いや理解度を探ったり、同僚スタッフからのフィードバックが不可欠です。アンケートや反省会などを大切に、担当したプログラム内容の振り返りと改善を十分に行うことで伝える技術のスキルアップにつながります。

3)「安全管理」

自然体験活動やエコツアーにおいて、「安全」とは、予定された活動内容が無事に終了することを指します。プログラム中の事故を未然に防ぐためのあらゆる取り組みに加え、不幸にも起こってしまった事故に対して迅速かつ的確な措置をとるための考え方と方法を理解していることが求められます。

そのためには、自らの適切なガイド技術の習熟、フィールドにおける危険箇所の熟知、事故対応の体制づくり、救急措置のトレーニング、保険に関する正しい知識の習得など、日々の努力と経験が必要になってきます。

4)「資源発掘」

エコインストラクターの活動フィールドは自然界にとどまりません。人々の暮らす地域社会も重要なフィールドであると同時に、自然界も「奥山」「里山」「里海」であって、けっして人跡と切り離されたエリアではないのです。深い森もサンゴの海であってもそれを育ててきた多くの力の中には先人たちの汗や工夫が見て取れます。見るからに名所、旧跡というものではなくとも、こうした地域に潜在的に潜んでいる様々な資源（自然資源・歴史資源・人的資源など）を発掘し、それを魅力的なプログラムに反映させていくこともエコインストラクターに求められる大切な役割です。

そうした活動によって地域の埋もれていた価値に光が当たり、磨きがかげられること、つまり、地域が再び元気になっていくことこそが、エコツーリズムの目的でもあるからです。

そのためには、継続的な資源調査や幅広い視野で地域の魅力を捉えるスキルが必要であることに加え、得られた資源を良好なプログラムに進化させるノウハウも求められます。

5)「資源管理」

持続可能な地域資源の活用については、自然体験活動やエコツアーを実施する者が常に意識しておくべき課題です。その考え方や方法論に対する理解は、実際のガイド活動の早い段階で習得しておきたいものです。

「資源管理」とは、資源の持つ本来の価値を損ねない状態を保つ努力を指します。そのためには地域住民自身がその価値を理解していくためのさまざまな手法である地元学やセミナー、結いのような共同作業を継続的に行っていくことと同時に、資源価値を損ねない保障を、人々の思いだけに任せるとはではなく、客観化、可視化できるように適切な「ガイドライン」を設けることも考えられます。自然体験活動やエコツアーを実施する者は、直接、こうした資源を活用する立場であるため、より強い、資源管理意識と実践が求められます。プログラム中におけるフィールドマナーや「ローインパクト」の徹底など、しっかりと身に付けて活動できるようにしましょう。

6)「事業化」

事業の企画から運営に至る理論を理解していることが「事業化」の前提です。「事業化」こそは、エコインストラクターが自らの経験を活かし、地域に根付いた活動を自らの手で「継続」していく際に最も重視されるスキルです。

自然体験活動やエコツアーは、一回きりの実施ではそれらが持つ効果を十分に発揮することができません。事業化により、継続的な実施を担保することが大きな意味を持ちます。より多くの人々が自然とふれあい、地域の環境や文化への理解・関心を持つきっかけを提供し続けることが、持続可能な社会づくりや地域貢献につながっていきます。

7)「地域貢献」

上記1)～6)が達成されることは、エコインストラクターが、自然体験活動やエコツーリズムを

地域貢献の一環として普及・定着させることでもあります。

豊かな自然環境や地域の生活文化を有効に活用したプログラムが全国各地で展開され、地域が元気になる“源”にエコインストラクターが育っていくことが、この事業に関わっているすべての関係者の思いです。



3、エコインストラクターの日々の活動

ここでは、エコインストラクターの実際の活動例を解説します。「プログラムの実施」が表舞台とすると、それを支える幾多もの裏方仕事があり、それら全体が、エコインストラクターの日々の仕事（活動）となります。そのなかには得手不得手や好き嫌いといったものも含まれるでしょうが、どれ一つ欠けても成り立たないのがエコインストラクターの仕事です。苦手なものはそれを克服することで自分の世界が広がることをイメージして、前向きに取り組むようにしましょう。

1)「プログラムの実施」

プログラムの実施は、実際の参加者を前にしてさまざまなメッセージを伝えていく、魅力に富んだ刺激的な活動ですから、自然体験活動やエコツアーを行う者がもっとも好きな活動だといわれます。そしてこの活動がエコインストラクターの最も重要かつメインとなる活動です。フィールドで実際にガイドをしている時間だけでなく、準備段階から終了後の反省に至るまで、大切なプロセスと要素がたくさんあります。



2)「企画・広報作業」



プログラムの企画立案や、完成したプログラムの広報作業もエコインストラクターの重要な業務です。ここでの準備段階が不十分のままだと、肝心のプログラムの実施にまで至らずに不催行となり、活動の種が実らないこととなります。

企画や広報に携わるようになれば、自治体関係者や各種の関係機関との打合せに同席することも多くなるでしょう。

3)「地域資源の調査」

自分たちのフィールドにどのような資源が潜んでいるのかについて常にアンテナを張り、プログラム化への道筋をイメージすることも大切です。動植物などの自然資源、歴史や地域文化、或いはそこに暮らす人など、幅広い視野での地道な調査が、優れたプログラムにつながっていきます。

このための調査には、資料収集、分析のほかに地元の識者、古老などへのヒヤリング、現場の実踏やモニタリング、各種の勉強会など、幅広い活動と手法が必要です。



4)「地域社会との交流」



地域社会はそもそもさまざまな生業の人の共同体ですから、自らもその一員となる思いで臨まない、「よそ者」として相手にされない場合もあります。地域とは仕事での付き合いではなく、ともに暮らす住民同士の立場で付き合うことがルールだからです。そのうえで、地域の人々と交流を持ち、地域社会を知ることはプログラムを企画し実施していくうえで必要不可欠なプロセスとなります。

特に近年は、持続可能な社会へのヒントとして農山漁村の暮らしや一次産業の「六次産業化」が注目されています。このテキストでも述べてきたように、わが国における自然体験活動やエコツアーの活動は、地域と無関係な自然界がフィールドということは有り得ませんから、優れたプログラムというのは基本的に、地域社会の暮らしや生業、文化が関わって生まれたものだという理解をもっておくことが大事です。そのためにも、エコインストラクターは地域社会との良好な関係性を築けるように日々の活動を自己管理していく必要があるでしょう。

5)「手配・事務作業、施設整備」

プログラムの実施は、参加者や地元関係者、機関、旅行者などとの連絡調整や、予約業務、書類作成業務など、多種多様な事務局運営に支えられて成立します。また、キャンプ場や牧場や農地などの施設を保有している事業者にとっては、施設整備、メンテナンス、農作業も重要な仕事になります。自然学校やエコツアー事業者の施設はそれ自体が、その組織のメッセージを体現しているものとなり、ショーウィンドウともなります。参加者がこれから始まるプログラムと初めて出会うスタッフとに期待と前向きな好奇心とを持って臨めるように、事務局の一挙手一投足や施設のイメージがプログラムの成否を決める力を持つことに心を配ってください。



6)「ネットワークへの参画」



同じ志を持つ人々や事業者同士でネットワークを構築し、そこに参画していくことは、一人のガイドでは、また、一事業者としてだけでは果たすことのできない、大きな社会的役割を達成することができます。

国内にもすでにいくつかのネットワークが存在し、多くのガイドや事業者が登録し活躍しています。

4、「地域コーディネーター」としての将来

より良い自然体験活動やエコツアーはより良い地域社会が舞台となることで成立します。閉塞した地域社会では、行き詰ったプログラムとなる場合もあり、参加者が楽しく前向きなメッセージを持ち帰ることは困難になります。そのために、自然体験活動やエコツアーの担い手たちは同時に、より良い地域社会を作る担い手となることが求められるのです。

したがって、エコインストラクターとして目指すべき将来像の一つに、地域コーディネーター（或いはプロデューサー）というキーワードを挙げるすることができます。

1) 地域の小さな産業

自然体験活動やエコツアーはそれ自体が大規模に展開されることは少なく、事業規模も産業規模もとても小さいことが特徴です。だからと言って、不当に低い評価をされることは見込み違いでしょう。

例えば大自然観光地でない普通の田舎での自然学校やエコツアーなどへの参加費は旅行費用の3%

前後が相場ですが、一方、往復の交通費を除く50%以上を宿泊、食事、買い物で使うことを見れば、自然学校やエコツアーが行われている地域全体におちる経済効果は決して小さなものではありません。また、自然学校やエコツアーは地域の伝統的な生業や特産物などをプログラム資源とすることで、活力を失っていた地域社会にさまざまな活性化の効果を発揮することができます。

これからの日本社会は大規模な公共投資型の地域開発はなくなる代わりに、地域内で出来るだけ循環する小さな経済、小さな産業が必要とされています。これらを仕掛け、機能させていく演出家＝プロデューサーがエコインストラクターの役割として期待されているもののひとつです。

2) 地域資源の保全・管理

活動する地域の多種多様な資源を活用し、楽しみながら自然や文化を体験的に伝えていく先には、その地の資源をいかに保全していくかという課題が発生します。田畑や雑木林、すんだ清流から成る里山的環境の保全には第一次産業の活性化や地域計画の視点が欠かせません。有名なブナ林や湿原を維持するにはオーバーユースの問題を避けて通ることはできないでしょう。また、失われゆく地域文化の伝承には聞き取り調査や史料整理など、地道な作業が必要になります。

エコインストラクターの生業自体がまさにこうした地域資源に立脚していることをみれば、それを不断に保全し、磨きをかけておくことはエコインストラクター事業を成立させていくことと同義です。

3) 地域貢献とネットワークづくり

自然体験活動やエコツアーは、単発の事業ではなく継続的に行うことで、より多くの人々が自然とふれあい、地域の環境や生活文化への理解・関心を持つきっかけを提供し続けていくことができます。それを保障するために、事業化（起業）をする必要があるのです。さらにその先には、持続可能な地域社会を作ることや地域への貢献を事業の仕組みとして作っていくことも重要です。

こうした活動はすでに見たように、ガイド一人ではなかなか実現し得ないものですが、同じ志を持つものや同業者が集って、ネットワークを持つことで飛躍的な発展を見ることが出来ます。

このネットワークは特定地域内のネットワークもありますし、全国的なネットワークも存在します。最初は地域内で自分だけがこうした他地域とのネットワークを持っていたとしても、そこに安住せず、地域内で地道に他地域や全国の情報を提供し続け、共鳴者を増やして、地域を動かして行く仕事がないよりも地域を変えていくためには必要となります。

地域社会はある意味で保守的、閉鎖的ですが、その本質はつねにより良い変化を求め続けています。

この担い手は「よそ者、若者、ばか者」と言われるように、地域内でしがらみの無いスタンスを持つ存在が力を発揮しますが、そこまでにはさまざまな壁や衝突も避けられません。しかし、地域内での共鳴者を増やし、地域の小さな声を地道に拾い上げていくことで、孤立を避けて賛同者を得ていく事例は多く知られています。

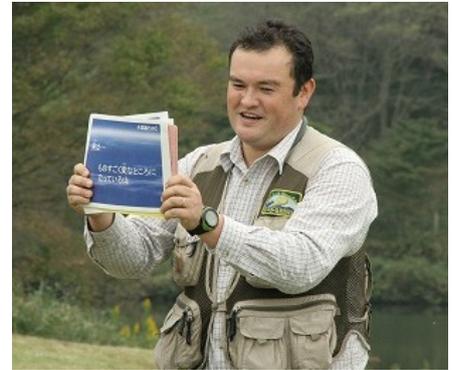
自らの活動を他の地域に伝え、他の地域の事例を自らに活かす。そして、全国各地で子どもたちの歓声が響き、大人たちが自らの暮らしを見つめ直すことができる。そうした地域社会づくりにもエコインストラクターが地域コーディネーターとして働いてほしいと期待します。

SS2 エコツーリズムおよび、自然学校概論

執筆者：広瀬敏通氏(ホールアース自然学校)

本セッションは「エコツーリズム」と「自然学校」という二つの言葉についての概論です。

このふたつは日本社会の中で同じような目的に沿って使われ、手段としても類似性の高い言葉であり、しかもその主体となる組織、団体は地域的には同一である場合が多いという特徴を持っています。別の言い方をすれば、エコツーリズムは地域を元気にする手法であり、自然学校は自然体験活動などの専門団体としてエコツーリズム運動の主体的な担い手となっているとも言えます。このふたつの言葉について述べることで、現代と近未来における日本社会の課題に対するエコインストラクターのスタンスが明らかになってきます。私たちが抱える社会問題（環境、教育、地域等）に対し、自分でも始めることが出来る取り組みがこのふたつの言葉に集約されているからです。



1、社会的背景

「エコツーリズム」は「Eco：生態系」+「Tourism（観光）」をつなぎ合わせた造語として1980年代に入ってから、欧米の国々を中心に大自然環境の残る地域で使われ、発展してきた考え方です。日本では80年代末に紹介され、1990年代初頭にはすでに取り組みが始まりました。環境保護や保全と観光の両立を図る考え方で、持続可能な観光（Sustainable Tourism）の一形態として、様々な国や地域で実践されています。その背景には、第2次大戦後の世界で急速に広がってきた大衆観光が、資源収奪的な消費型観光に傾いていったことへの危機意識がありました。観光によって劣化していく自然環境を逆に優れた観光資源とすることで守り、同時に観光による収益は持続性のある保全の取り組みにつなげていくという発想は、環境の悪化を食い止めるだけでなく、観光産業やそれに頼ってきた地域をも再生していけるという希望をもたらし、各地に広がっていきました。しかし、その理念をお題目に終わらせずに保障していくためには、エコツーリズムが環境教育としての視点と配慮をもち、来訪者に対しても環境教育的な効果を持つ体験プログラム（エコツアー）を実践する総合的な取り組みであることが不可欠です。

一方、自然学校もまた、第2次世界大戦後の世界で生まれた社会的な使命をもった活動です。大戦前の世界では、自然体験活動は野外を舞台にした訓練の場であり、それを担うボーイスカウトなどの教育機関も軍事的な目的から派生した活動でしたが、戦後はより良い社会建設に取り組む人材養成の場として自然体験活動が広く行われるようになりました。

種々の活動を通して自然界に親しむ人が増えていく中で、急速な経済成長で失われていくのどかな風景や貴重な自然環境を守るための活動も世界各地で広がっていきました。こうした取り組みのなかから、

70年代にはすでに欧米諸国で自然をテーマにしたさまざまな環境教育が生まれて、それを専門とする団体が自然学校と呼ばれていくようになりました。現在ではアジア、アフリカ、ラテンアメリカのすべての国や地域に自然学校が生まれていると見られています。

日本では6～70年代の自然保護運動から生まれた自然観察会ブームなどで、花や木、野生動物などを観察する人々が増えていき、次第に見るだけでなく、体験的なプログラムを行うようになりました。1980年代初頭には環境教育的な手法を独自に開発して自然体験活動をおこなう最初の自然学校群が生まれ、87年に開かれた「清里ミーティング」(後の日本環境教育フォーラム)で全国の活動団体が初めて顔を合わせたことで、日本の自然学校の大きなうねりが始まりました。

国も少年自然の家等の整備事業を通じてハード面で、民間の自然体験活動を支援するとともに、全国の学校教育の中に自然体験活動を位置づける取り組みも進めてきました。90年代半ばまでには民間の「独立自営型」の自然学校が全国に広がりを見せ、山や森、川等の自然フィールド、農村社会における伝統的な暮らし、そして工作や美術などの幅広い人間活動等をテーマとした様々な体験プログラムを開発するとともに、それを担う人材の育成・輩出に尽力してきました。

2000年には、自然体験活動推進協議会(略称CONE)が設立され、省庁連携のもと、国が支援しながら、既存の青少年教育団体・機関と民間の自然学校が大きなネットワークを作るようになりました。それを契機に、民間だけでなく、国などの公共団体や企業も続々と自然学校の運営に乗り出し、2002年の環境省が実施した全国調査では2000校もの自然学校が存在することが明らかになりました。

2、「エコツーリズム」と「自然学校」は双子のきょうだい

「エコツーリズム」と「自然学校」は、ともにこの100年の間に起きた2度の世界大戦を経て生まれしてきたという共通項があります。戦争の惨禍への強い反省と、戦後の急激な経済成長による社会変化への警鐘として、ともに人間と自然、社会とがより良い関係性を築く手法として生まれました。

言葉の上でも、エコツーリズムは「ism」、つまり概念・考え方、社会運動(その実践形は「エコツアー」)であり(図1)、自然学校は、そうした運動や活動を担う主体ということになります。

エコツーリズムは主に観光や交流産業から派生し、方法としても旅行など観光的なアプローチがベースであり、自然学校は研修やキャンプなど、より教育的な活動が主流という特徴を持ちながらも、前述したように、日本社会という環境の中で同時に成長・発展を続ける、まさに「双子のきょうだい」なのです。この関係は自然学校が旅行的なプログラムを軸にしていることで、今後ますます、不可分の関係が深まっていくと考えられます。

エコツーリズム & エコツアー



図1

3、地域を元気にするエコツーリズム

80年代にアメリカ、オーストラリア、コスタリカ、ガラパゴスなど続々とエコツーリズムのサイトが名乗りを上げ、こうした大自然地域での自然観光がエコツーリズムとよばれて、持続的な観光という代名詞も持つようになっていきました。日本に紹介されてしばらくは、大自然地域を持たない日本でのエコツーリズムは有り得ないという主張も多く、90年代半ばには自然学校などが海外に遠征する形でのエコツアーが活発に行われました。しかし、次第に南西諸島や屋久島などの自然地域を舞台にしたエコツアーが始まり、徐々に本土の自然豊かなエリアがエコツアーサイトとして知られるようになりました。

ところが、環境省が2003年に設置した『エコツーリズム推進会議』で、国内の代表的なエコツーリズムのモデル地域を公募したところ、全部で53地域からの応募のうち、33地域が里地里山などの「普通の田舎」でした。このときにすでに日本では、大自然地域での自然観光よりも日本の地域に合った自然との関わり方をテーマにしたさまざまな取り組みが広がっていたのです。日本の国立公園29ヶ所すべてが無人の原生自然ではなく、長年、人の「手入れ活動」が行われて、人と自然が順応した自然地域であることも良く知られてきました。こうして、日本におけるエコツーリズムは、自然環境だけでなく、地域の生活文化や歴史、人文なども含む独特の概念形成が生まれて、2007年に施行された「エコツーリズム推進法」でも「自然環境および生活文化」が並列に定義されました。

こうした日本におけるエコツーリズムの考え方は世界的にみると珍しく、現在も多くの国々ではエコツアーといえば自然観光を指すのが普通です。しかし90年代後半から、アジアや南米などの国々で地域住民の村落や生活をテーマにしたエコツアーが人気メニューとなり、自然環境から生活や暮らしに軸が移り初めている傾向が生まれ始めました。

	諸外国・欧米のエコツーリズム	わが国のエコツーリズム
1	そもそもが自然観光を指す	自然、生活文化、人文歴史をも含む包括的な概念
2	ウィルダネス(原生自然)の国立公園が舞台	集落や入会地、里地里山が混在する国立公園
3	金持ちの外国人が顧客(地元民の印象)	都市と農山漁村の交流、児童生徒の環境教育
4	自然環境を管理する思想(自然観)	自然環境と共生、保全と利用の思想

世界の定義

『エコツーリズムは、自然地域の中で観察し、研究し、楽しむ観光である』国際自然保護連合(IUCN)

『自然保護と人々の生活の向上に貢献する、責任のある自然観光』国際エコツーリズム協会(TIES)

『エコツーリズムとは、自然環境や歴史文化を対象とし、それらを体験し学ぶとともに、対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全に責任を持つ観光のありかたである。エコツーリズムの実現のためには、旅行者や観光事業者だけでなく、地元住民や地域の様々な産業を含む、地域における包括的、横断的な取り組みが必要であり、「環境」「観光」「地域」が深い関わりをもちながら取り組む社会のしくみづくりである』環境省・エコツーリズム推進会議, 2003

『地域の特色ある自然・文化・暮らしへの理解を深める旅行や交流活動によって、地域の環境保全や産業振興につながる仕組み作りのこと』日本エコツーリズムセンター

4、社会企業として多方面に広がる「自然学校」

国内の自然学校のネットワークとしても知られている（社）日本環境教育フォーラム自然学校センターでは、自然学校の定義を以下のように定めています。

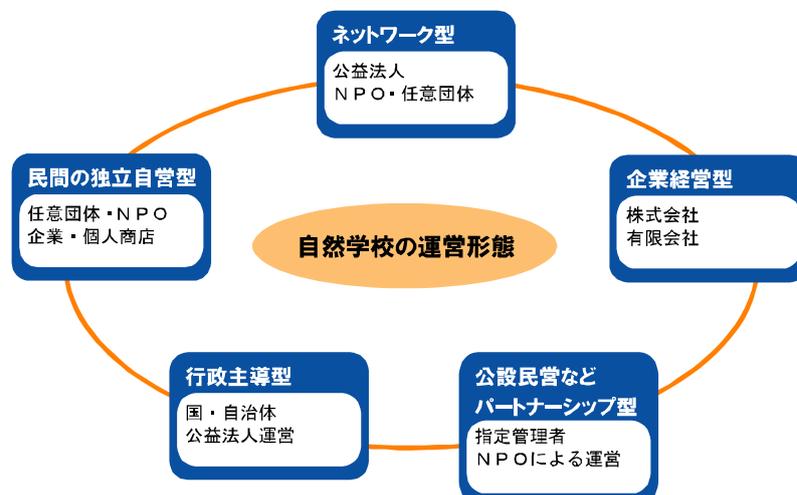
- 良質な自然体験が行える「活動の場」としての施設やフィールドがある
- 専門性をもった「指導員」が常駐している
- 自然体験や環境学習をテーマにした「プログラム」を通年実施できる
- 組織と活動のリスクを管理する「安全管理」ができる
- 組織的な運営を行うプロデュースの仕組みがある

このほかに、「自然学校とは、人と人、人と自然、人と社会をつなぐ組織的な自然体験活動を行う団体であり、責任者と連絡先、参加者があり、専門的な知識、技術を持った指導員が常駐している。」という定義もあります。

2006年度の同センターによる調査では、全国におよそ3000校の自然学校が存在し、そのうち65%がエコツアーを実施しています。沖縄・富士山麓など主要エコツアーサイトでは、調査対象外事業者が5~10倍程度あり、これを全国に均して3~5倍数を適用した場合、エコツアーに特化して活動している事業者の数（季節営業も含む）は、現在4000~7000と予測されます。

自然学校のテーマは自然体験活動から地域振興、災害救援、国際協力などに多岐に広がっており、自然学校という呼称に収まりきれない、21世紀型の新たな社会企業としての顔を持ち始めています。運営形態も民間の個人営業（個人商店型）から一定地域の諸団体がネットワークを組んで行うものや、行政が主体となり運営する大規模な施設型自然学校まで多彩であり、近年のトレンドとしては、企業がCSRの一環として関与し、または立ち上げる自然学校が急速に増えており、また、指定管理制度により民間団体が公的施設を運営する形態も広がっています。また、経営も個人事業やNPO、株式会社法人などに広く分布しており、特定の法人格に偏らない傾向があります。

こうした流れは、20世紀後半に現れてきた自然学校が、世界や社会の課題に対して柔軟に対処していく実情を良く表しており、まさに21世紀型のポジティブな社会企業体としての立ち位置が見て取れます。



5、エコツーリズム・自然学校の関連領域

エコツーリズムや自然学校は、従来の社会が想定していない活動スタイルや組織論をとっており、そのことによるメリットとデメリットの双方が顕在化し始めています。

課題のひとつには、戦後の日本社会が旅行、食品、運送、宿泊などおよそあらゆる分野で「業界」が作られ、それを保護する形での「業法」が存在しているために、あらたな社会企業であるエコツーリズムや自然学校の活動が適法の範囲外に置かれてしまうという問題があります。業界は専門の業者団体が構成されますが、現在のエコツーリズムや自然学校の世界では、専門とならずに、「多業」の道をとる団体が多く、業界が作りにくい状況があります。しかし、これからの低成長社会では、地域型の小規模な事業で自然学校以外の仕事も行うフットワークの軽い多業型の団体が主流になると見られています。

世界的に見てもエコツアー団体や自然学校は10人未満経営が主流で、大規模な運営は馴染みません。そのために、専門ではない事業者が法の保護を受けられない現状は是正すべきだという国の審議会での報告も出ています。

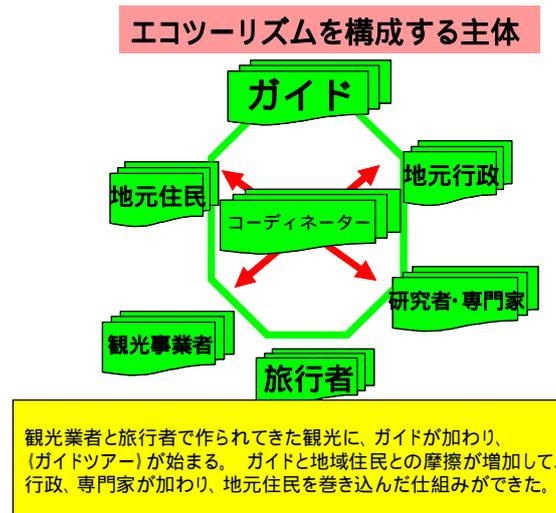
課題の二つ目は、エコツーリズムや自然学校が環境教育や自然体験活動、観光分野で発展し、国内外のネットワークを構築して来た半面、これらの潮流と軌を一にして生まれてきた他の分野、領域との合流が不十分であることです。環境は現代社会の最大のテーマとも言えますが、社会生活上では、福祉や介護、農や食育、地域や国土、貧困や人権など、現代社会の課題を克服するための窓口は数多くあります。これらをつなぎ、共通の解決法を導き出すことで、個別では困難であった課題解決が生まれる可能性が論議されています。一般的にエコツアーの団体は自然学校よりも直接的にツアーを通して収益とつながりやすいため、現状、先進的な事業者以外ではこうした社会の課題に対しての反応は弱い状況があります。

その一方で、既存の地域拠点であった青年団、老人会、商工会、観光協会、農協、学校などが悉く弱体化していく中で、地域における新たな小さな拠点としての立場を自然学校などが期待されています。それを担うためには、福祉や医療、教育、農林漁業など各分野との協働がより重要になってきます。

課題の3つ目には、エコツーリズムをふくむ観光の世界が、長期的に低落傾向を見せており、エコツーリズムといえど、それを挽回するパワーには大きくかけている現状です。観光庁が2010年に発表した2009年度の観光動向では、不況の影響だけでなく、若者を筆頭に各世代で旅行への興味関心が薄れている傾向が現れています。既存のマスツーリズムの業界だけでなく、グリーンツーリズムやヘルスツーリズムなども総じて力が落ちていると見られています。社会がますます内向きになっていくなかで、エコツーリズムや自然学校がそれをこじ開けていく魅力ある力強さを持つことが求められます。

課題の4つ目には、活動フィールドでも社会基盤でも欠かせない調整が、今後より重要度をまして来る中で、その担い手であるコーディネーターや地域プロデューサーが極めて少ない現状です。

コーディネーターが大事だとは、幾年も言われ続けてきましたが、それでも成り手がいないのは、仕事としての収益構造の不備と、地域社会での閉鎖的状況がつよく、よほどのタフな人材でも何年も続けられないという状況があるからです。これには地域協議会やまちづくり公社などの仕組みの整備が不可欠で、そこで安定的な収入を保証し、かつ、閉鎖的な地域社会で粘り強く活動できるような、地元の人的バックアップの体制が欠かせません。国は「観光地域プロデューサー」の育成に力を入れていますが、地域では観光だけではない要素が多く、地理的には小さくとも、守備範囲は無限大でもある現状に沿った施策をとるよう、働きかけていく必要があります。



6、エコツーリズム・自然学校のこれから

21世紀の日本社会の課題は少子高齢化、産業の空洞化など幾つも言われていますが、そのひとつである疲弊した中山間地とよばれる里山や奥山を背景に長い歴史を刻んできた地域の問題があります。

生物多様性と同じく、地域もまた、一つ一つの谷ごとに村ごとに異なる文化的遺伝子を作り出してきました。これは将来の日本人のためにも極めて有益な社会的文化的資源です。それに光を当てて資源を磨き、誇りある地域の再生を行うエコツーリズムと自然学校とは、「地域を元気にする」ための具体的で効果的な手法であることが、数多くの事例によって明らかになってきました。自然学校は毎年のように新しい団体が続々と生まれています。事業規模は小さいものの、プログラム参加者の地域社会に及ぼす経済的な波及効果は総旅行費用の50%に及び、決して無視できません。さらに経済的な効果以上に重要なのが、新たな「価値の再生」を作り出しているということです。

高度成長以降の日本社会が都市を基準とする貨幣経済的なグローバルな価値基準をおいたことで、地方は都市に比すると完全な負け犬となり、地域のもつ金に置き換えられない価値は悉く否定されてきました。それをエコツーリズムと自然学校が再び光を当て、実際に人を惹きつける力を見せたのです。

いま、地域では観光という言葉を使わないエコツーリズムがじわじわと広がっているのも、こうした地域経済の振興というよりも、価値の再生に思いをかける地域人たちが増えているからです。

日本社会全体が工業立国モノづくり大国で歩んできた20世紀が幕を閉じ、21世紀はその幕開けからGDP(国民総生産)消費の60%が健康(医療、介護、スポーツ、保健)・芸術(映像、音楽、演劇)・情報(IT)・観光の4分野にシフトし、モノを大量に消費する時代の終わりを告げました。

この4分野は工業と異なり、地球環境に与える負荷はきわめて小さく、かつ人間性の回復を基調としているという特徴があります。自然学校やエコツーリズムを取り巻く社会環境はゆっくりですが大きく動いており、それは持続可能な発展を指向しなければほかに選択肢がない地球環境とも連動しています。

こうした社会の動きに任せることなく、むしろ先取りの社会をよりよく発展させていくアクションが自然学校であり、エコツーリズムです。エコインストラクターはこの運動の担い手として、大いに期待される人材です。

SS3 伝える技術

執筆者：川嶋直氏（財団法人キープ協会常務理事）

自然学校やエコツアー事業者が提供するプログラムの内容は様々ですが、一つの「教育活動」という意味で共通しています。環境問題や社会問題などを認識・解決するための入り口として、一般の人々がそのテーマについて楽しく学び、気づきを得、行動につなげるきっかけを提供することが大切です。単なる体験で終わらせず、メッセージを参加者の心に届けるために、エコインストラクターは“伝える”ことについて高い意識を持つ必要があります。ここでは“伝える”ということの意味、考え方、そして具体的な方法について学びます。



1、伝える技術概論

エコインストラクターはプログラム参加者に対して「伝える」ことが仕事です。

1) 何を伝えるのでしょうか？

「情報」と「意味」を伝えるのです。これは、「インタープリテーション(5ページで説明します)」とほぼ同じ機能です。そして、インタープリテーションをする人のことをインタープリターといいます。「情報」は、来訪者が必要とする様々な情報です。「あの山は××という山です・・・」「この花は××という花です・・・」「この屋敷は××年に建てられて・・・」「この町で有名なお菓子があまして・・・」全部情報です。その時のプログラムのテーマによって、自然・歴史・文化・くらしなど、様々な情報を伝えます。さらに「水筒に水は入っていますか？水道はあちらです」「トイレはあちらです、次のトイレまで1時間かかりますから、今のうちに行っておいてください」「お弁当を食べたら、次の集合時間は××時です」「この葉っぱがウルシです、触らないように」と、プログラム参加者に対して、基本的に必要な情報を伝えます。

さて、一方の「意味」とは何でしょうか？ここで言う意味とは、上記後者の「プログラム参加者に基本的に必要な情報」ではなく、上記前者の「自然・歴史・文化・くらしなど、様々な情報」に係わるものです。「この木は××といいます」これは情報です。「今日、私が皆さんにこの××のことをお話しするのは何故かと言いますと」これが意味です。さらに続けてみましょう「ほらよく見てください。木の上のほうが枯れているでしょ？××枯れ病って聞いたことありませんか？こんな標高の高いところにまで××枯れ病がやってきています。このあとどうなるのでしょうか？どうしてこんなことが起きるのでしょうか？ちょっと考えてみましょうか・・・」例えばこんな感じです。

2) 何を(WHAT)、どんなふうに(HOW)、何故(WHY)、誰に(WHOM)、誰が(WHO)伝えるのか？

この5つをよく理解することが、インタープリターが「伝える」時に求められていることです。

何を(WHAT)伝えるのかをよく理解すること＝伝える内容、対象について、よく理解していることが大切です。決してその情報量の多さだけではなく、深さも大事です。何か一つ「得意な」ジャンルを持つことをオススメします。全部を知ることは無理です。

どんなふうに(HOW)伝えるのかよく理解すること＝「伝え方の技術」と呼ばれるのが、この部分です。正確に、感動を持って伝えるには、「伝え方の技術」が大事です。

何故(WHY)伝えるのかよく理解すること＝この部分は、結構忘れられてしまう要素です。上記の「伝える意味」にも通じることです。伝える側の「問題意識」が大事です。

誰に(WHOM)伝えるのかよく理解すること＝「対象者理解」と言われる要素です。相手を理解しなければ何も伝わりません。

誰が(WHO)伝えるのかよく理解すること＝さらに、「自分自身の理解」も大事です。自分とはどんな人間なのか？他者にはどのように見えているのか？この理解は重要です。

以上、5つの理解について、これから学びを進めてゆきましょう。

2、何を伝えるのか（伝える内容をよく理解しましょう）

1) まずは「自分のフィールド」を持つことです

「自分のフィールドを持つこと」が何よりも大切です。毎日歩き見つめて日々の変化を知る、一年を過ごして四季の移り変わりを知る。何年もそこに暮らして経年の変化を知る。それは、初めてその地を訪れた人に対して、何よりも自信を持って「伝えられる(あなた自身の)情報」となるはず。その地に暮らすこと。その地が好きなこと。その地を選んだのは自分だということ。忘れないでおきたいものです。

2) 自然・歴史・文化・くらしの編み物

何を伝えるのか、の「何」は自然だけではなく、歴史や文化、そしてその地のくらしもあります。そしてそれらはお互いに深く関係しあっています。複雑に絡み合った「編み物」のようなものもあります。その土地にはどんな編み物があるのか？ 最初のうちは自然・歴史・文化・くらしのそれぞれの情報がバラバラに入ってくるでしょうが、そのうち、自然の情報相互の間でも編み物は出来てきますし、それに地域の歴史や文化やくらしの情報が入って、素敵な編み物になってゆくはず。です。

写真：

「自分のフィールド」で、日常的なくらしの変化や自然の移り変わりを観察・記録しておくことで、情報が蓄積される。



3) チームで情報データベースを持ちましょう

所詮一人の人間がもつことが出来る情報量は大した量ではありません。ここは共同作業で大きなデータベース(情報倉庫)を確保してみてもいいでしょうか?「でも、うちの自然学校はそんなに大きな組織ではありませんから…」そうかもしれません。そもそも大きな自然学校なんて日本では数校しかありません。日本の殆どの自然学校やエコツアー事業者は数人規模で運営されています。「チームと言ったって、2~3人じゃ無理です」いや、決して無理ではないのです。もちろんまずはその2~3人でも上手に情報を共有しましょう。そうは言ってもお互いの頭の中を「コピー&ペースト」することは出来ませんから、いろいろな工夫が必要です。月に1回とか定期的に、それぞれの得意とすることをチームのメンバーに伝える時間があっても良いでしょう。

次に大切な方法は、地域の人材とチームを作ることです。地域には、その地に生まれ育った人が必ずいます。年配の方がいれば情報量はその分多くなっているはずで、地域にたくさんの「先生」を作りましょう。「分からなくなったら××さんに教えてもらおう」という人材を仲間にするということです(仲間に入れてもらうことでもあります)。

4) お客様も、味方にしてしまう方法

これは、究極の方法かもしれませんが、実際の現場ではよく起こることです。つまり、その日のプログラムのテーマについて、インタープリターよりも情報量が豊富な参加者がいる、というケースです。こうした場合は、上記の「地域の先生」と同じように、「即席地域の先生」という仲間にしてしまいましょう。もちろん程度問題ですが、上手にその「先生」に登場してもらい、あなたの考えたプログラムの補完をしてもらいましょう。

何から何まで、自分ひとりで抱え込むことは出来ませんし、すべきではありません。たくさんの仲間を作ってください。

3、どう伝えるのか(伝え方の技術をよく理解しましょう)

1) 伝えるためには、「役者」の仕事と「脚本家」の仕事があります

「伝える」という作業は、大きく2つの要素に分けることが出来ます。一つは、「こんにちは」から「さようなら」までの時間、案内したり、お話ししたり、質問に答えたり、行動を促したり、一緒に笑ったり、考えたり…という要素です。これは、演劇で言えば「役者」の要素です。もう一つは、「こんにちは」から「さようなら」までの時間を、どのように行動し、何をテーマに、どこで、何を、どう伝えるか(あるいは、話すか)を決めるという要素です。これも演劇に例えると「脚本家」の要素です。この2つの要素に加えて、演劇に例えれば「プロデューサー」の要素、つまりお金や人を集め、管理してゆくという仕事もありますが、この「伝える技術」では触れません。

脚本家がいなければ役者は舞台の上ただ立っているだけで、動くことも話すことも出来ません。プログラム(いつ、だれが、どこで、何を、どう伝えるか)をデザインするということから「プログラム・デザイン」と呼ばれる行為です。

2) プログラム・デザインの「導入・本体・まとめ」の3段階

「導入・本体・まとめ」は、プログラムをデザインしてゆく上での基本の流れです。こうした流れは「起承転結」とも言いますし、能楽の世界では「序破急」とも言います。受け手が入りやすい最初の導入があること。次にその時間を引き継いで、本来のメッセージ部分があること。そしてまとめの時間があること。エコインストラクターが展開する「プログラム」は、どのような対象の、どのような場所の、どのようなテーマ(ねらい)のものであっても、この「導入・本体・まとめ」の流れを意識して時間構成をデザインしてゆくこと＝プログラム・デザインすることは同じです。

極端な悪い例を紹介しましょう。「わらじ作り」というイベントで参加者を募集して、導入など全くなしていきなりわらじ作りの作業が始まり、わらじが完成すると「はい、今日はありがとうございました。これでわらじ作りを終了します。お気をつけてお帰りください」で終わってしまう。どうですか？ 違和感がありませんか？ 一般募集の「わらじ作り」に参加して、確かにわらじは作って家に持ち帰ったけれど「それだけ」でした。本当はどこかで「それ以上」を期待していたのに、何か物足りなさを感じている。一体これは、どうしてなのでしょう？

確かにわらじを作るというプログラムに参加したけれど、同じように参加してきた人と仲良くなったり、指導してくれた地元のおじいさんや、主催したグループの人とも知り合いになったり、笑ったり、汗を流したりしながら、最終的には「わらじ」そのものの完成に加えて、何とも言えない「充実感」というお土産を手にして帰ることをどこかで期待していたのではないのでしょうか？ 最後まで隣に座っている人の名前も、住んでいるところもわからず、主催者からのメッセージも何も届かずプログラムは終了してしまう。こうならないように、本体をはさんで、導入とまとめの時間が少しずつでもしっかりと必要なのです。

3) 導入

導入時には、通常「アイスブレイク」と呼ばれるアクティビティを実施したりします。これはその場の緊張を解き、和やかな雰囲気を作り、参加者と主催者・講師、参加者同士のお互いの心の外側を覆っている「氷(アイス)」を一気に「ぶち壊す(ブレイク)」というアクティビティなどです。また、緊張を解くことと同時に、その場の「規範づくり」もこの時間帯の重要な要素です。して良いこと、してはいけないこと、推奨されることなどの「規範」を上手に参加者に伝えます。アイスブレイクの時間を「チューニング」の時間だという人もいます。第1バイオリンの出す基準音に、オーケストラの全メンバーはそれぞれの楽器の音の高さを合わせます。チューニングが出来ているから指揮者の振り下ろすタクトに反応して、すばらしいハーモニーが生まれるのです。「緊張を解く+規範を作る」この2つの要素に加えて、「次の時間への期待を高める」という3番目の要素もあります。

4) 本体

参加者の気分も解れ、期待も高まったところで、いよいよ本体の時間帯に移ります。募集型のプログラムの場合、募集要項に書いてあることは、ほとんどこの本体部分のことでしょう。逆に言えば導入やまとめの部分を書くことは普通ありえませんが、書いたとしても妙なことになります。本体の時間帯のプログラム・デザイン上の留意点としては、適度に休憩を取ること、一方的な詰め込みの時間が1時間以上続かないようにすること、緩急、強弱、メリハリをつけたデザインにすることなどでしょうか。

5) まとめ

「やりっぱなしにしない」と私たちはよく言います。本体での様々な体験、感動や驚きもあったでしょう。せっかくのそうした体験をそのままにしないで、少しの時間でもよいので振り返り、思い出し、同じ体験をした参加者同士でその振り返った言葉を分かち合う時間を持つと良いでしょう（24ページの体験学習法参照）。体験をただやりっぱなしにするのではなく、参加者同士のふりかえりや分かち合い、そしてインストラクターのまとめのお話などで、プログラムのクロージングにつなげていきます。

まとめのお話の仕方にも様々な方法があります。インストラクター自身の言葉でまとめる方法（その時どう思ったかとか、過去の自身の経験から話すこと）も良いでしょう。誰かの書いた詩や文章を朗読することもあります。また、参加者に一人ずつ感想を言ってもらおうという方法もあります。その場に合った適切なまとめ方を選択すれば良いでしょう。

6) インタプリテーションとは何なのか？

インタプリテーションとは、100年ほど前にアメリカの国立公園で始まった「伝える手法(技術)」です。伝える対象は自然だけではなく、歴史や文化、最近では環境教育的な意味を伝えることも、インタプリター（インタプリテーションする人のこと）の重要な役割となっています。別の言い方をすれば「人と自然との架け橋（つなぎ役）」とも言われています。また「見えるものを通して、見えないものを伝える」行為だとも言われています。見えるものとは、植物、動物、鉱物、天体、遺産、道具などなど。見えないものとは、歴史、過去、未来、意味、価値などです。



写真（左）：
身近な自然への気付きの扉を開くのが
インタプリターの大切な役割。



写真（上）
美しい月の光を見つめる時間に言葉は要ら
ない。言葉だけが伝える手段ではない。



写真（左）
紙漉きを生業とする方がインタプリタ
ーとして、紙の文化を伝える。本物の価値
を知っていることが質の高いプログラム
を生み出す。

7) 輝く！インタープリテーションのためにインタープリターが磨くもの3つとは

感性を磨く＝インタープリター自身が感じる力、感動する力を持たないと、伝えるもの自体がありません。「センス・オブ・ワンダー」はレイチェル・カーソンの著書名ですが、「自然界の不思議さや神秘さにハッと目を見張る感性」と訳されています。こうした感性を常に磨いておきましょう。アーティストの仕事から学ぶことは多いです。

知識を磨く＝自然・歴史・文化・くらしのことは、知れば知るほど奥深く楽しいものです。たくさん知っていることはインタープリターにとって「余裕」につながりますから良いことです。しかし、逆に「知っている」ことが、初めて出会ったときの驚きや感激の気持ちから遠ざかることにつながる可能性もあります。あなたの地域のあなたにとっての「先生」を確保しましょう。

コミュニケーション能力を磨く＝知っていることとうまく伝えられることは別のことです。伝え上手を目指しましょう。テレビ番組には様々な「伝え上手」がいます。寄席に出かけて、ライブの落語家と客席とのやりとりを見ることも学びとなるでしょう。

8) インタープリテーションの役割分解

インタープリターは様々な役割(責任)を負っています。主な役割としては「シナリオライター(脚本家)」「時間編集者」「表現者」「クリエイター」「教育者」「エンターテナー」「時間管理者」「安全管理者」などです。インタープリテーションの場面をよく演劇に例えたりしますが、演劇では上記の役割などは分業され、多くの人々の共同作業がなされていますが、インタープリテーションの場合は大抵の場合には一人で全ての役割を担います。だとするとこうした分解には意味がないと思われるかもしれませんが、それぞれの役割についての能力を高めようと思ったときに、どの頂(いただき)を目指せばよいのかが、この分解作業によって見えてくるのです。

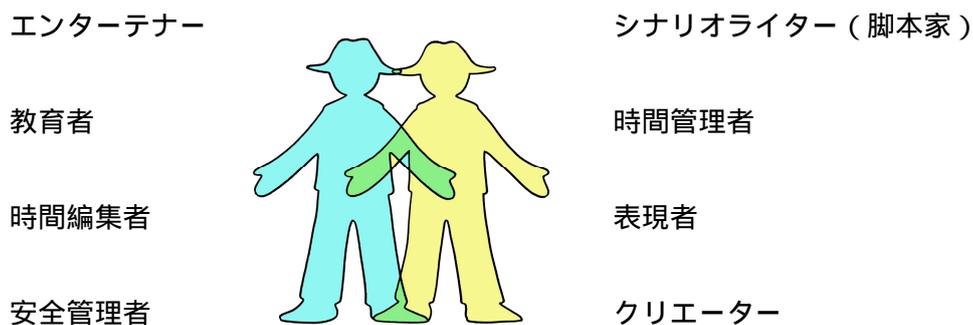


図1：インタープリテーションの役割分解

9) 教育の理解

教育(education)の語源である(educere)の意味は、「教え込むこと」ではなく、「引き出すこと」だと言われています。学び手の能力・個性・やる気・元気を引き出すことだと言われています。この「引き出す教育」は、効果的な学びのためには非常に有効であり、かつ主体性のある人材を育てることを目的としている「環境教育」の教育手法としては必須のものと言えます。

10) 「言えば伝わる」ものではない

英国の古いことわざに「聞いた事は忘れる(to hear is to forget)」「見た事は思い出す(to see is to remember)」「体験したことは理解する(to do is to understand)」「発見したことは身につく(to find is to use)」というものがあります。これは学び手の立場から言ったことですが、逆に伝え手側からこれを言い直すとどうなるでしょう？

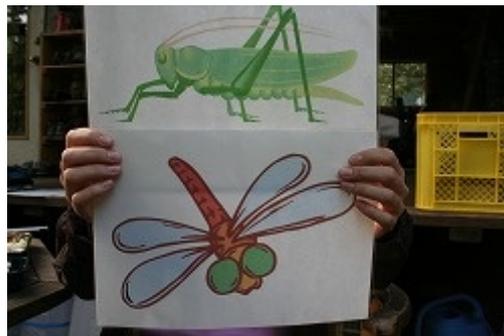
「言ったことは忘れられる」「見せたことは思いだしてもらえない」「やらせたことは頭で分かってもらえる」「自ら発見したことが身につく」ということになるでしょう。「言ったら伝わる」はウソです。無理です。「言って見せて体験させて発見してもらったこと」がようやく伝わるのです。よって私たちはプログラムの中に「聞く・見る・体験する・発見する」の要素を組み込んで、出来るだけ体験・発見から分かってもらうように「参加体験型の教育」への工夫をしています。

11) 小道具や衣装などにも工夫を

インタープリターは様々な小道具を持っています。インタープリターのベストやバックの中には「参加体験型」への様々な小道具だけではなく、「聞く・見る」を助ける小道具も入っています。インタープリターの小道具は「インタープリテーション入門(1994年小学館)」が参考になります。



写真：色の違いを自ら発見する色見本。



写真：視覚的に伝えるイラスト。



写真：素材の名前や性質を知るための図鑑。



写真：野生動物の鳴き声を真似する道具。

4、なぜ伝えるのか（「環境教育」であることを自覚しましょう）

1) 私はなぜこのことを伝えようとしているのだろうか？

これは、つまりその組織のミッション（使命）なのですが、「何故」「何のために」このことを行っているのか？という確認作業は定期的に（年に1回くらいは）組織内で行うべきでしょう。しかし同時に毎回のプログラム実施の度に、このことを思い出して、「今日のこのプログラムは、何のために行い、プログラム終了時に辿り着きたい到達目標は何なのだろうか？」という問題意識は指導者として常に持ち続けるべきでしょう。

環境省がこのエコインストラクターの人材育成事業に予算を用意しているその背景には、言うまでもなく「環境問題解決に向けた環境教育の普及」というミッションがあります。エコインストラクターにはそうした役割が期待されているということを忘れないでおくべきでしょう。

2) 環境問題解決のための3つの方法

環境問題解決のためには大きく分けて3つの方法があると言われています。それは「規制による解決の方法」「技術革新による解決の方法」そして「意識改革による解決の方法」です。この意識改革をうながすのが環境教育だと言われています。別の言い方をすれば「環境規制」「環境技術」「環境教育」とも言えます。この3つのうちどの方法が効果的で重要かは問題ではありません。全部大事です。でも、人々の意識が変わらない限り誰も規制を守らないでしょうし、その前に新しい規制を作ることさえ出来ません。また、人々の意識が変わらない限り新たな発明（技術革新）は起こり得ないでしょう。

3) 持続可能な開発のための教育

環境教育を含む、持続可能な未来に向けた教育を「持続可能な開発のための教育」と呼びます。「Education for Sustainable Development (ESD)」と呼ばれます。「持続可能な開発のための教育の10年」は、日本が提案して国連が提唱しているプロジェクトで、その10年とは2005年～2014年です。

4) 生物多様性の理解

2010年10月に愛知県で生物多様性締約国会議（COP10）が開催されます。「気候変動と生物多様性は車の両輪。生物多様性の減少を食い止めるためにも気候変動の緩和・防止が必要ですし、また気候変動の防止のためにも、生物多様性を保全することは意味があるのです。」（足立直樹）とも言われています。しかし、気候変動の代表選手である「地球温暖化」という言葉の浸透と比較して「生物多様性」という言葉の浸透はまだまだです。生物多様性の理解を深めるためにも、環境教育や自然体験活動の機会における、自然の中の直接体験を大切にして、多様な生き物、多様な種、多様な生態系を維持することの重要性の理解を促す活動が求められています。

5、誰に伝えるのか（対象者を、そしてコミュニケーションの理解をしましょう）

1) コミュニケーションとは

コミュニケーションの語源には、二つの意味があるといわれています。「To import 授ける、情報を伝える、伝える」という意味と「To make common 共同化、共通のものをもって作り出す、交わりを通じて共有化する」という意味です。ただ情報を伝えるだけではないのです。「共感を得ながら情報を伝える」という感じでしょうか？ 別の言い方では「通じ合い」という言い方をすることもあられるようです。

コミュニケーションとは「共感を得る」という意味もあるのですから、共感を得るために、情報を出す側と情報を受け取る側の「関係性」が良いことが大切です。良い関係性さえあれば、多少下手糞な伝え方でも受け取り側は理解しようと努力してくれますが、悪い関係性のある間柄では、どんなに上手な伝え方をしても全く何も届かないでしょう。

コミュニケーションはキャッチボールのようなものだとも言われます。ボールに例えられるのが、言葉であり同時に非言語（言葉以外）のサインです。このボールは、相手が誰かによってその「投げ方」は大きく違ってきます。相手がプロ野球の捕手でしたらどんな球を力いっぱい投げても受け止めてくれるでしょうが、相手が80歳のおばあちゃんだったら、相手が3歳の子供だったら、投げるボールは違ってくるでしょう。相手を確認せずにボールを投げることほど危険なことはありません。怪我をさせてしまうかもしれません。

コミュニケーションを上手に取る上で、「相手を知ること」はこのように非常に大切なことなのです。この例えは同時に「自分自身を知ること」の大切さにも気付かされます。自分がどんな球を投げるピッチャーなのか？ 軽く投げたつもりでも、相手にとっては剛速球になっている場合もあります。またその逆だってあります。自分自身を知ることが、安全&確実なコミュニケーションにとって非常に重要な要素なのです。

2) 対象者を理解すること

フランス料理の有名シェフである、三国清三さんは、自分のことを「料理人」として、料理人の意味を、「材料（素材）を理解する人+食べる人を理解する人」と言っています。自分の料理を食べてくれる人がどんな人なのか？ という理解があれば、美味しい料理を作ることはそう難しくないと云うのです。これはインタープリターにも当てはめることができます。インタープリターにとって材料とは、その地域の自然・歴史・文化・暮らしです。そして食べる人とは、プログラムに参加されるお客様です。「お客様は一体何を期待してこのプログラムに参加しているのか？ 何に喜び、何に感動し、何が珍しいのか？」こうした理解がないインタープリテーションは、目隠しをしてお話をしているようなものです。

プログラム開始前に得られる情報は出来るだけ多く収集すること。それが難しい場合には、プログラムの「つかみ（導入）」の段階で、出来るだけ参加者の情報を得るようにすること。人は共通項を見出せば急に親しくなります。様々な方法で参加者を味方につけるのです。

6、誰が伝えるのか（自分自身を理解しましょう）

1) 自分理解のためのいくつかのワーク

自分を知ることの重要性は先に（コミュニケーションの項で）書きました。でも自分自身を知ることとは非常に難しいのです。大きく分けて二つの方法での知り方をここでは書きましょう。一つ目は自分で自分を掘り起こす方法、もう一つは他者から自分を教えてもらう方法です。

2) 自分で自分を掘り起こす方法

これには、いくつかの方法があります。「自分史・自然史」(CES:自然教育研究センター：古瀬浩史氏考案)というワークシート記入方式もありますし、「自分史年表作り」(川嶋直考案)という方法もあります（詳細は付録3参照）。どちらの方法も思い出し作業です。自分自身の過去の様々な経験・体験を書き出しながら、そうしたものが今の自分にどのように影響を与えているかという作業です。一気にやってしまうしないで、少しずつ思い出すたびに書き足すという方法が良いでしょう。

3) 他者から自分を教えてもらう方法（フィードバックを得るという方法）

これは、一般的な意味での自分理解というよりは、「インタープリターとしての自分の理解」という意味が濃い作業です。

自分のインタープリテーションの成長のために、フィードバックをもらうという方法があります。そのインタープリテーションを体験した参加者から、スタッフとして手伝ってくれた同僚から、遠巻きに見つめていた先輩や同業者から、率直な感想を聞きます。

参加者からの感想で一番効果的なのはアンケートなのですが、なかなか本当のことは書いてくれません。率直に悪かった点や改善点などを書いてもらえれば次の成長へのヒントになるのですが、基本的に参加者は主催者が頑張れば頑張るほど「良かったです。ありがとうございました」と上っ面のことしか書いてくれません。では、どうしたら良いでしょう？それは「お願いすること」に尽きます。「皆さんの率直なフィードバックが、私たちを成長させてくれるのです。どうぞ遠慮しないで、率直な感想をお書きください」と、お願いするしかありません。

同僚や先輩からのフィードバックは、大抵の場合改善提案も伴ってきますので、大いに見てもらい、参加してもらい、フィードバックを得る機会を作りましょう。誰だって、未熟なものを経験のある人に見せるのは恥ずかしいものです。でも、言ってもらってナンボの世界です。逃げていては永遠に成長することはないでしょう。

同僚や先輩に見てもらえる機会がなかなかないときには、誰かにビデオ撮影をお願いすると良いでしょう。それも無理ならば、胸のポケットに小さな録音機をしまっておきましょう。あとでじっくりと自分の言ったこと、そして自分の仕草を見直してみましょう。そのビデオを見ながら同僚や先輩からのフィードバックを受けられるようでしたら最高でしょう。

付録1 体験学習法とは何なのか（学びの理解）

ここで話す「体験学習法」とは、通常言われている「体験学習」とは少し違う意味合いで使われている「学びのプロセス（過程・関係）」の考え方を整理したものです。

「DO 実施する（体験する）」「LOOK 体験したことをふりかえる（個人）」「THINK ふりかえたことを分かち合う、考える（グループ）」「GROW 話し合ったことを一般化する（教育者からのまとめ）」というプロセスをグルグルまわしてゆく学び方のことです。

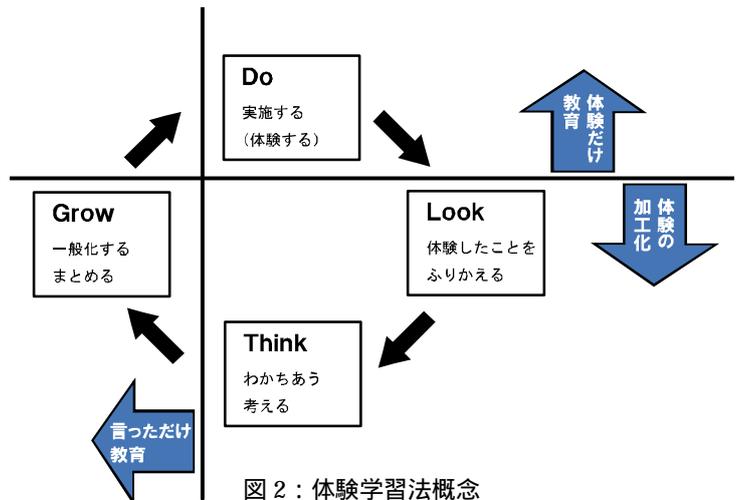


図2：体験学習法概念

上図は、体験学習の学習循環過程をあらわしたものです。一般的に「体験学習」と呼ばれるものには、この循環をまわさずに、体験だけして、それを「体験学習」と呼んでいるケースがあったりします。これを私は「体験だけ学習」と呼んでいます。せっかくの体験を全く活かしていない「もったいない」と思うのです。「DO = 体験」は、上図にある「LOOK」「THINK」「GROW」のプロセスを経て全体で学ぶための、一つの素材なのです。素材だけでは深い学びに結びつきません。このDO以下のプロセスを「体験の加工化」とも呼んでいます。

また、通常の教育は、歴史など追体験が難しいものなどは特に、上図で言う「GROW」のプロセスだけでひたすら情報（知識）を詰め込むことが多いようです。私はこれを「言っただけ教育」と呼んでいます。もちろん、体験、あるいは追体験不可能な事柄もありますから、全ての学びで上図の4プロセスを経ることは不可能です。しかし、インタープリター自身の成長のプロセスを考えた場合、インタープリターがDO・実施し、LOOK・自身のパフォーマンスを振り返り、THINK・可能な範囲で同僚や参加者との意見交換もして、GROW・先輩や上司のサジェスションを受ける、という成長のための学びのプロセスと考えることも出来ます。

体験学習法の考え方は、プログラムのデザイン上でも、自分自身の成長のためにも生かすことが出来る「学びのプロセス」なのです。

付録2 「これからの（ワークショップ的）学び方」と「これまでの学び方」の比較

	これまでの学び方	これからの学び方
学習スタイルの比較	タテ型（講義型）	ヨコ型（参加体験型）
学ぶ側の態度	受動的	能動的
教える側の態度	権威的・機械的	相互的・援助的
主な学習内容	知識概念	態度
価値伝達方式	一方的	交流的
目指すもの	価値到達	価値創造
評価	客観的	主観的

付録3、自分史年表の作り方

基本的にはエクセルなどの表計算ソフトを使います。1列目：誕生の年から現在までの年代、2列目：自分の年齢、3列目：学校や仕事、諸活動のこと、4列目：その学校や仕事、諸活動で実施したこと、5列目：影響を受けた人・本・場所・施設などを書きます。以上の列を眺めたうえで、6列目：出会った環境教育に関わる「キーワード」、7列目：環境教育者としての意識の変化、8列目：その頃出会った・自分で見つけた(よく言っていた)「言葉」などを書いてゆきます。6列目から8列目の間は、あとでゆっくり書き足してゆけばよいでしょう。ポイントは5列目です。ここは思い出して書き進めるだけで楽しくなります。懐かしくなり、嬉しくなり、がっかりしたりも…。いずれにしても、この方法に囚われずに、それぞれが書きやすい方法で始めると良いでしょう。

1) 自分史年表作成のポイント

人に見せるものか、見せないものかを決めておく

それによって書くことの範囲が決まってきます。人に見せることによってフィードバックを受けることができますし、個人作業では見つけられなかったことを指摘してもらうこともできます。また、人に見せないことを前提とするのであれば、思い浮かんだことを全て(書きたくないことも全て)書けば良いでしょう。全ては今に関係しているのですから、こちらの方法もお勧めです。正確さに拘らない

正確に書くことが大切なのではなく、何が何に起因しているのか、あるいは何が何に影響を与えたのかが浮かび上がることが大切なのです。年代や固有名詞などの正確さはそのうちに徐々に明らかになりますから、まずはそういったことに拘らずに書き始めましょう。

キーワードを浮かび上がらせること

年表の各列の「様々な事実」を俯瞰しながら、それらに関連してどんなキーワードが浮かび上がってくるのか「思い出し作業」をしてみましょう。全て今の自分に関係するキーワードとなっているはずです。

「永遠の未完成」と思って作業を持続

自分史年表作りは終わることがない作業と思い、思い出したときに開いて、書き直し・書き直しをしてみましょう。新たな列等を加えたりしているうちに、最初A4版で印字できた情報量が、A3版に拡大したりします。気にせず、拡大傾向を受け入れましょう

2) さて、何が見えてくるのでしょうか？

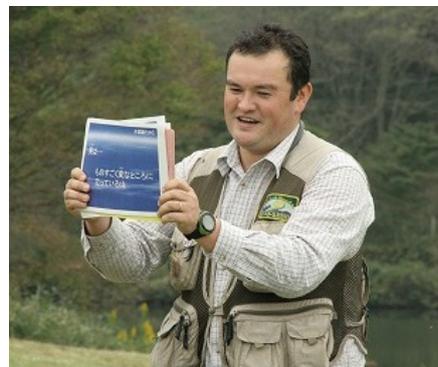
インタープリターの意識の変化にいくつかポイント(時期)があったことに気がつくはずですが、同時にそのポイントは「必然」であって、きっかけはきっかけに過ぎず、全てがつながっているという事にも気づくでしょう。

こうした作業をすることによって、自分が何者であるかを知ることとは、人とのコミュニケーションを日常的な仕事とする環境教育者にとって、必要な基礎的自己認識だろうと思います。「答えは自分の中にある(川嶋)」はこの作業を進めて行く中で思い出した言葉です。答えは自分史年表の中から見えてくるのです。

SS4 体験プログラムの実際

執筆者：平野達也氏（ホールアース自然学校）

自然体験活動やエコツアーは、ある程度予定された時間・場所・内容等の枠組みの中で実施されます。その活動の単位のことを「プログラム」と呼びます。プログラムの実施は、エコインストラクターの最も重要な活動であり、直接参加者に働きかけることができる機会です。ここでは、プログラムの企画・実施、及び評価についての基本的な考え方、(一例を取り上げて)実際の展開について学びます。



1、「体験プログラム」の基礎的理解

人々が自ら森をトレッキングしたり、川で泳いだり、郷土料理作りを楽しんだりするときに、それを「プログラム」と呼ぶことはありません。現代人のライフスタイルが自然や地域文化と縁遠くなってしまった状況の中、体験活動のある意図に沿って、効果的に提供するために「プログラム」を組み立てるのです。そうすることで、多くの人々に対し、継続的に一定の質を保ちながら、活動を安定的に提供することができます。

プログラムは、野外フィールドで行う活動的なもの、屋内で語り部の話を静かに聴くもの、また五感に働きかける感性的なものなど、様々な種類が挙げられます。プログラムを実施する意図や対象者、扱う素材、ガイドの技量等の条件によって、その内容は異なります。



写真「上」:

ホテル宿泊者ファミリー層に向けて、身近な自然の不思議を伝えるプログラム。草や木の種子、葉っぱ、昆虫、野鳥、哺乳動物の痕跡などの生態について、体験的に伝える内容。

写真(下):

一般の大人向けの沢登りプログラム。参加者同士が協力し合い、人力だけで川を遡上する。助け合いの精神とともに、清流の美しさ、人と水の関係性を伝える内容。





写真（上）：
教育旅行の参加者である小学生に向けたネイチャートーク・プログラム。地域の自然環境と人間の生活との関わりについて、写真パネルやスライド等を用いて伝える内容。

写真（下）：
一般の大人向けのチームビルディング・プログラム。様々な課題を参加者同士が協力し合って乗り越えながら、チームワークを高めあい、人間関係についての気づきを得ることを目的とした内容。



写真で紹介した4つのプログラムはあくまで例示であり、この他、人（ガイド）が介在せずに、案内サイン等を使用した“セルフガイド・プログラム”や、特定のテーマに関して数日間に亘り行われる講習会全体など、様々なプログラムの形態が考えられます。

大切なのは、前述した諸条件（プログラムを実施する意図や対象者、扱う素材、ガイドの技量等）により、効果的なプログラムとして企画・提供することが可能となり、参加者にとっての学びや気づきが大きくなることです。

尚、「プログラム」は一つの型であり、それに囚われすぎると、自然状況の急な変化を察知して臨機応変に対応したり、ハプニングを楽しんだりすることができなくなることがあります。型としてのプログラムの組み立てを意識しながら、現場においては環境変化や参加者の反応等を効果的に取り込むことも大切です。

写真：
その場所、その季節の素材の魅力を引き出し、参加者の興味を誘う。プログラムの組み立てを意識しながら、その場のハプニングを上手に活かす。



2、体験プログラムの企画要件

体験プログラムを提供する事業者として企画を作成するには、いくつかの要件を考慮する必要があります。主には「活動理念」「資源性」「市場性」「安全性」といった4つの要件が挙げられます。企画の作り方については、別科目「事業企画・運営の基礎」で扱いますが、ここでは、プログラム実施の前提となる企画の基礎的な要件を概説します。

1)「活動理念」

体験プログラムは教育的要素を含むため、企画・実施者の活動理念が反映されます。単に楽しみを提供するだけでなく、体験を通して参加者に何を伝えたいのか、そしてどのような気付きを提供したいのかということをも“核”として、プログラムが構成されます。この活動理念を常に意識することで、一つ一つのプログラムにおける意図が明確になります。その上で、プログラム毎に具体的なねらいと達成目標を設定することが重要です。尚、企業や行政等からの受託事業の中で行われるプログラムについては、事業主体の理念や意図が大きく反映されることとなります。

2)「資源性」

体験プログラムの核となるのは、自然や文化・生活等の素材であり、それを「資源」と呼びます。一般の人々にとって興味・関心が高い、或いは地域性を強く表現しているといった価値を有するものであり、プログラムを企画する上で、とても重要な要素となります。

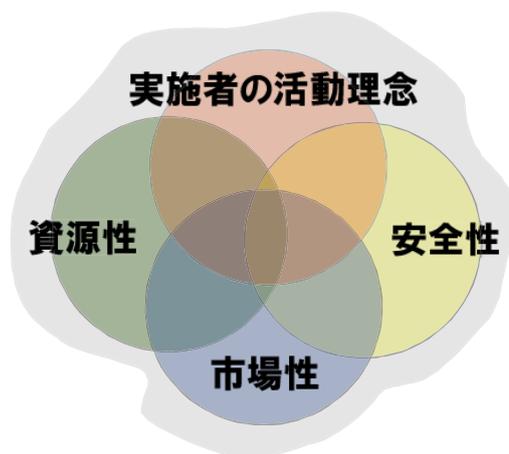
また、エコツーリズムの考え方の中では、資源は直接的な保護・保全の対象として位置づけられます。体験プログラムを通じて、資源に直に触れたり、利用したりすることが多いため、常に資源にかかる負荷に対して配慮する必要があります。

3)「市場性」

2)で取り上げた「資源」そのものの魅力・価値の大きさは、体験プログラムを組み立てる上で大きな要素となります。特に、市場に訴求するか否かについては、資源に拠る部分が非常に大きいと言えます。しかし、同じ資源を取り扱う場合においても、“企画”によって、市場訴求力が変わるといふ事実もあります。丁度、同じ野菜や肉を仕入れても、調理方法によって料理のおいしさが変わるといふことに似ています。

地域にある資源が、ターゲットとする市場に対して訴求するものなのかどうか、或いは訴求させるためにはどのような切り口で企画を立てればよいのかについて、他地域でのプログラム企画・実施の事例にアンテナを張り、地元の資源の価値・魅力について客観的な評価を加えることが大切です。

その上で、参加者として想定する層や料金、時期・時間、活動展開の設定、タイトル付けや広報活動の工夫等を行うことで、市場性を高めることが可能となります。



4)「安全性」

体験プログラムは、野外で行われることが多いため、虫刺されや転倒など、様々な危険に囲まれています。体験活動の裾野が広がれば、それだけ野外活動に不慣れな人たちの参加機会が増え、事故の発生につながる可能性が高くなります。企画段階では、プログラム内容と想定する参加者属性を加味しながら安全対策を行います。

3、体験プログラムの構成と体制

1) 体験プログラムの構成

体験プログラムは、“一連の流れ”に則って実施されます。一連の流れとは、参加者がスムーズにガイドや他の参加者との関係を築き、或いはこれから行われるプログラムそのものに対して抱く心理的な不安から解消され、プログラムに含まれる体験を楽しみ、学び、気づきを得ることができ、最終的に実施者側の想いや意図を十分に受け取る状況を生み出すための展開（時間経過）を指します。

参加者からはあまり意識されることはありませんが、ガイドとしてこの一連の流れを十分に意識しておくことが大切です。

プログラムは下図のように、大きく分けて3つのパートに分けることができます。はじめの「導入」部分では、ガイドと参加者、或いは参加者同士が打ち解けあい、リラックスした雰囲気を生み出すことが大切です。また、これから行われるプログラムの概要・魅力を予め伝えることで、参加者側が心の準備をするとともに、体験に対する期待、興味・関心を高めることもできます。

「本体」部分では、自然・文化についての情報提供や、ゲーム、リラクゼーションのアクティビティなど、予定された活動を行います。ここがプログラムのメインとなるため、例えば、何にでも活発に興味を示す小学生、或いはゆったりとした時間の中で植物を観察することを求める熟年層等、参加者の興味・関心やトーンに合わせた展開で、グループ全体がまとまった雰囲気を作り出すことが大切です。それにより、ガイドが場に応じた展開を選択したり、参加者の学びや気づきを効果的に引き出すことが可能となります。また、予定された活動だけではなく、参加者のリクエスト、自然状況の変化等をうまく拾い上げて、臨機応変に対応することで、“その時ならではの”体験を提供することができます。

最後の「まとめ」の部分では、同じ体験を共有したガイドと参加者全員がプログラムを振り返り、改めて記憶にとどめる作業をすると効果的です。このときに、実施者或いはガイドが、プログラムを通じて伝えたかったメッセージを織り込むことで、参加者に意図を伝えることができます。



図1：体験プログラムの構成

2) スタッフ体制

現場におけるプログラム提供のスタッフ体制は、主に参加者数やプログラム内容、予算（人件費含む）等によって決まります。本部事務局は予約調整、当日の緊急時対応の役割を担いますが、基本的に実施現場に派遣されるガイドが、全体的な責任者としてプログラム展開を決定します。

複数体制でプログラムを実施する場合、予め役割分担を行います。主に、リーダーとしての役割を担い全体を統括するガイド、そしてそれを補助する（或いは何らかの特化した役割を持つ）ガイドに分けられるのが一般的です。

特に野外で行うプログラムの場合、補助的な役割を担うガイドの動きは重要で、プログラム全体をスムーズに運営できるかどうかの要となります。例えば、グループ本体をリーダーとなるガイドが引率している際、何らかの事情で遅れている参加者をフォローし本体に合流させる、或いはグループ本体よりも先に行き、障害となる事柄（危険や他グループとのバッティング等）を予め調整・回避するといったことが考えられます。

補助するガイドの具体的な役割例としては、安全確保や時間管理、参加者のグループ管理、非常時対応、プログラムに対するフィードバック、記録等が挙げられます。

一方、参加者とコミュニケーションを図る上では、内部的な役割分担に固執することなく、全員が同様に参加者と接することが大切です。リーダー以外のガイドが、単にグループの後ろについて歩いているだけということにならないように、全体に対して目を配り、参加者とコミュニケーションをとりながら、先の展開を予測しながら効率的に動くことが大切です。



写真：

補助スタッフは、参加者とコミュニケーションを取りながら、プログラムがスムーズに運営されるように配慮する。

左の写真は、一般の人が通行することをプログラム参加者に伝えている。

4、体験プログラムの評価

体験プログラムは、一度企画したら完成というものではありません。むしろ何度も実践を繰り返しながら“育てる”意識が必要です。一般的にPDCAサイクル(Plan Do Check Action)が事業改善のモデルとして使われますが、体験プログラムの企画・実施を当てはめると、下図のようになります。

プログラムの評価には、主に参加者アンケート、実施者・ガイド自身による評価があります。参加者アンケートは、プログラムの良し悪しを参加者の視点から評価してもらうためのものですが、プログラム当日に至るまでの手続きや、価格設定、広報活動、今後の参加意向等について、包括的な情報を得る手段となります。

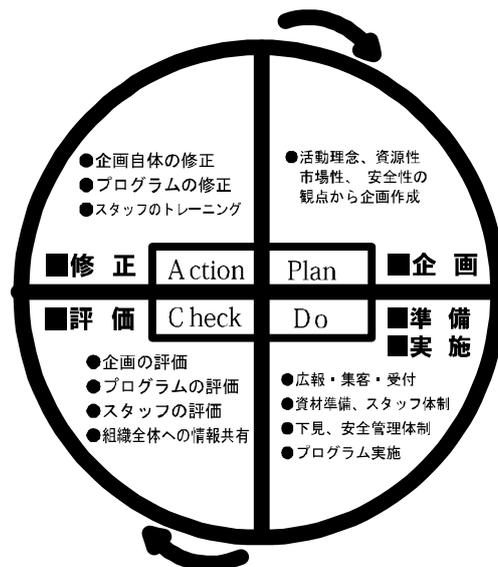


図2：体験プログラムのPDCA サイクル

アンケートの作成にあたっては、記入する参加者への配慮として、回答しやすい質問形式、ボリュームとなるように心がけることが大切です。

実施者・ガイド自身による評価については、参加者から見えない部分である企画・準備段階や当日のスタッフの動き、段取り等についての詳細をふりかえり、プラス評価点、改善点、次回への申し送り事項を確認します。また、評価の結果は、プログラムの担当者だけでなく、組織全体で共有することで、以降のプログラムで同様のマイナス評価を避けることができます。

ホールアース自然学校

イベント・プログラム アンケート用紙

◆行事名： ●●●● (●年●月●日) 担当： ●●●

氏名： _____

年齢： 〇歳 男性・女性

- 今回のイベント・プログラムについてお答えください。
 - 全体を通して ()
 - 5) とても満足 4) 満足 3) 普通 2) やや不満 1) 不満
 - その理由 ()
 - 時間配分・進行について ()
 - 5) とても満足 4) 満足 3) 普通 2) やや不満 1) 不満
 - その理由 ()
 - ガイド・インストラクターは ()
 - 5) とても満足 4) 満足 3) 普通 2) やや不満 1) 不満
 - その理由 ()
 - 料金について ()
 - 3) お手ごろ 2) 適当 1) 高い
 - 申し込み手続きについて ()
 - 3) わかりやすい 2) 普通 1) わかりにくい
- 今回一番印象に残ったことは何ですか？ ()
- ホールアース自然学校のイベントに参加するのは初めてですか？
 - 初めて □2回目 □3回目 □4回目以上 ()
- 今回はどなたと参加されましたか？
 - 1人で □友人と(同姓・異性) □家族と() □その他()
- このイベントを知りましたか？該当するすべての項目に○をつけてください。
 - ホームページ □メルマガ □DM □チラシ □友人から
 - ホールアース自然学校通信 □新聞 () □雑誌 ()
 - その他 ()
- イベントやホールアースをインターネットで検索しましたか？ キーワードをお教えてください。
 - 検索したキーワード () □検索していない
- 今後ホールアースからのメールマガジンをご希望されますか。
 - はい □いいえ □すでに読んでいます
 - はいと答えたらメールアドレスを記入してください⇒ _____ @ _____
- 今後どのようなイベント・行事に参加してみたいですか。(複数選択可)
 - 登山 □クライミング □カヌー □マウンテンバイク □陸上球 □キャンプ
 - サマーハウス □スキー/スノーボード □夜間イベント □農業体験
 - アウトドアクッキング □その他 ()
- その他、ご意見・ご要望・スタッフへのメッセージ等ありましたら、ご自由にどうぞ ()

ご協力ありがとうございました

アンケートは、A4×1枚程度とし、なるべく選択式とすることで、参加者が答えやすくなります。プログラム自体に対する評価の他に、情報源やその後の参加意向についての項目を設けることで、次の展開の参考とすることができます。

資料：ホールアース自然学校イベントアンケート

5、体験プログラムの展開例

ここでは、体験プログラムの一例を挙げ、展開について概説します。

日 時：平成 19 年 10 月 14 日（日）13：00～14：30

場 所：富士山西麓田貫湖周辺

対象者：愛知県内の自然観察の指導者 20 名程度

体 制：ガイド 1 名、補助ガイド 1 名

目 的：田貫湖周辺の自然（植物、動物等）を素材として自然観察を行いながら、その生態（繁殖の戦略、捕食のパターン等）を学び、身近な自然の世界で展開される営みに気づく。



プログラム前はガイド同士の情報共有が重要。参加者に係る情報（属性やニーズ等）、展開の方法（体験の順序や参加者にとっての学びの流れ等）役割分担、プログラムを通じて達成すべき目的・目標などを確認する。



フィールドの下見を行いながら、どのような自然や人文資源を取り上げ、どのようにメッセージを伝えるのか、或いは危険箇所はないかなどを具体的に確認する。



素材や資源に対する知識・情報がプログラムの基礎となる。十分な下調べを行う。



プログラム開始前に引率者（グループ参加の場合）と打合せ。参加目的や参加者の様子、留意点等について情報を共有する。



参加者と合流。自己紹介やプログラムの流れの簡単な説明、安全説明等を行う。ガイドと参加者との間の緊張、参加者同士の緊張をときほぐすことも大切。



口頭での説明だけでなく、パネルや写真等を使って視覚的に情報を伝える等、様々な手法がある。



参加者が自ら発見したり、観察したりすることで、気づきや学びの効果を高めることができる。ガイドからの一方向的な説明ではなく、参加者との、或いは参加者同士の双方向コミュニケーションがプログラムの質を高める。



五感を使って自然を感じたり、生態系の仕組みを学ぶために、ゲームや体を動かす活動を組み込むこともある。動きのある活動は、プログラムの流れに緩急をつけるうえでも効果的。



参加者が自らの感性を表現する場を設定することで、プログラムに奥行きがでる。スケッチや俳句等、その手法は様々。



プログラムの最後のまとめの時間。プログラム全体のふりかえりを行いながら、参加者の感想などを聞くと同時に、プログラムの意図やガイドの想い等を伝えることができる。

プログラム終了後は参加者アンケートやスタッフの反省会でよかった点、改善点等をまとめ、次のプログラムにつなげる。

SS5 ホスピタリティの実践

執筆者：江崎貴久氏（オズ海島遊民くらぶ）

近年、自然体験活動やエコツアーの人気の高まっていますが、参加者は自らの休息や楽しみのためにプログラムに参加するのが一般的です。この意味で同分野の活動が“サービス業”であり、参加者に満足して頂くための意識・行動がエコインストラクターに求められます。ここでは、エコインストラクターの資質「ホスピタリティ」について、その考え方や実践のポイントを学びます。



1、ホスピタリティとその重要性

1) ホスピタリティ

ホスピタリティとは、「おもてなしの心」とよく訳されますが言い換えると「相手の心や気持ちを理解する」という「思いやりの心」のことです。ホスピタリティの語源はラテン語の「ホスピス」で、兵士や旅人のために教会が作った施設でした。「Hospital（病院）」、「Hotel（ホテル）」の語源でもあります。しかし、とても感覚的なものでわかりづらいと思われる方も多いと思います。その原因は、おもてなしの効果が目に見えず、“おもてなしの心”の存在が自分の中に確信できるまでに時間がかかるからでしょう。ですが、実は全く見えず、また実感が難しいものではありません。よくホテルや旅館の接客などにも求められる大切な精神ですが、これは、主従関係のような奉仕の精神とは全く違い、お互いが人として対等な関係の上にある思いやりの心がホスピタリティなのです。有料の接客サービス業だけではなく、旅先でたまたま出会ったその地の住民にもおもてなしの心を感じることもあるでしょう。これはまさに対等な関係です。道を尋ねた時、地元の方々が親切に教えてくれたり、時には探している場所まで一緒に案内してくれたりという話もよく耳にするものです。知らない所、自分の場所ではない所を訪れた慣れない環境にある人々に、その環境をよく知った迎える側の人々が「ようこそ、お越し頂きました。」という感謝の気持ちと共に不慣れな土地や環境で快適に不安なく時間を過ごしてもらえようと思う親切な心遣いがおもてなしの心です。

2) ホスピタリティを生み出す心と、ホスピタリティの重要性

まず、自分の中におもてなしの心の元になる気持ちを感じてみましょう。ホスピタリティの元になる気持ちは、大切に思う気持ちです。あなたにとって、とても大切な誰かを思い浮かべてください。たとえば、家族や両親、友達、恋人。その人たちに接する時や何かをしてあげたいと思う時、どんなことを思うでしょうか。「こうしてあげると喜ぶかな」、「今これが必要なんじゃないかな」・・・そんなふうに想像します。こうした相手を思う気持ちや愛情が、具体的な行動につながっています。また、愛情とは立場が違えば、形が変わります。たとえば、学校の先生と生徒の場合はどうでしょう。先生は自分の教え子に愛情を持って接するでしょう。しかし、その大切に思う気持ちは家族や恋人同士の愛情とは違った形で表現されます。友達や恋人同士なら支え合うことを前提に相手のことを考えるで

しょうけれど、先生と生徒の場合は、生徒が成長しいつか自立できることを目的に愛情を注ぎます。親子となれば、支え合うと共に子どもの自立も願い大切に愛情を注ぐでしょう。しかし、これらはホスピタリティではありません。

ホスピタリティは、人が人に対して持つ愛情や大切に思う気持ちを生み出す精神や心の一種ですが、その人と人との関係がお客様と接客者の場合に接客者側がお客様を大切に思う気持ちを生み出す心を、ホスピタリティというのです。接客者がお客様に対して提供する「もの」ではなく「行為」がサービスであり、ホスピタリティは決して具体的に何をするか、何をすることが正しいのかが決まっているものではありません。その行動やサービスの背景にあり、接客者の話し方や行動を支配する心なのです。ですから、ホスピタリティが高い人とホスピタリティの低い人が同じサービスをしたつもりでも、お客様としては同じサービスを受けたとは感じないでしょう。その心は、目に見えませんが形にした時にはっきりと質の差となって表れます。たとえば、飲食店のサービスでは接客者の印象だけではなくお茶の味、ご飯の炊き上がりの味、お料理そのものの味や盛り付けに至るまで差ができます。これがインストラクターやガイドの場合であれば、ものの指し示し方、話し方、表情、プログラム内容、結果的には楽しさに至るまで全てに明らかな差を作り出します。その差は個性ではなく、サービスやプログラムの質の差となって現れることが重要視される所以なのです。

2、ホスピタリティの実践

エコインストラクターと参加者の関係では、初対面もしくは知り合ってから対面の頻度が少ない場合がほとんどです。また、全くの接客者とお客様という関係ではないエコインストラクターと参加者の関係で、ホスピタリティとはどのように実践していくのかを考えていきましょう。

1) エコインストラクターにとってのホスピタリティ

一般的に、ホスピタリティという言葉が、お客様と接客者との間で成り立つものであると前述しました。この「お客様」という意識が、エコインストラクターにとって求められるホスピタリティの入り口です。ただし、体験プログラムを提供する際に、「参加者=お客様」という意識が必要である一方で、教育活動の受講者であるという位置づけを理解することも大切です。

参加者も「お客様」としてうやうやしく待遇されることを期待してはいません。とはいえ、全くの受講者のような関係も求めてはいません。プログラムの参加目的が、楽しみのための余暇活動である場合も多くなり、そうした近年の傾向と需要によって指導員と参加者でありながら、参加者と同レベルのお客様という意識が必要となっているので、指導員と参加者の関係を保ったまま、その心の土台の部分にお客様という意識と「おもてなしの心」を持って接して頂きたいものです。

2) プログラムにおけるホスピタリティの効果

参加者の方々は、エコインストラクターの専門知識に大きな期待度があります。とはいえ、知識や専門性は参加者がエコインストラクターやプログラムに心を開いてなければ、いくら懸命に解説しても、理解はしても参加者の心の中まで響かずに満足度は低くなるでしょう。満足度が低ければ、記憶される期間も情報も少なくなります。エコインストラクターの専門性や知識を得たお客様に高い満足

度を持ってもらうことで、教育活動としての高い効果も期待できるのです。そのために、参加者やお客様の立場に立ち、エコインストラクターにふさわしいホスピタリティを持ちましょう。

3) プログラム実施にあたってのホスピタリティの実践

ではプログラムの実施において、おもてなしの心はどの段階から必要でしょうか？

もちろん、プログラムの企画段階からプログラムの実行、その後の反省まで全ての段階でホスピタリティが必要です。参加者が最後までプログラムに夢中になり楽しく、また参加したいと思えるよう、具体的なおもてなしの心を活かすポイントについていくつか考えていきましょう。

(1) 企画内容の項目ごとに、参加者の高い満足度を得るための工夫をする意欲を持ち続けましょう。

解説シナリオ作り中でのホスピタリティの実践

全ての場面で参加者がどう感じるか、専門的な内容をどうしたら理解して楽しめるのかを考えて、企画していきます。

【例】解説とアクションの一体化で、参加者がプログラムに飽きない工夫をする。

恐竜の化石現場での解説。夜の暗闇の中で、化石は本物ではなく、レプリカのみという条件での解説シーン。本来なら夜という暗さに少し恐怖を感じ、不安になる参加者がいるかもしれません。プログラムを楽しめる心境ではなくなってしまう。そこで、逆にいろいろなことを想像させる夜の闇のロマンチックで幻想的な雰囲気を利用し想像の恐竜の世界へタイムスリップ。暗さへの恐怖や不安より、前向きな想像力の世界で、恐竜に夢中にさせるようにしました。懐中電灯の光を真上に伸ばし、恐竜の首の長さを想像したり、その長い首を折り曲げて草木を食べる姿を思い浮かべたりして空想の世界の中で恐竜に会うことができます。



写真：恐竜の長い首と高い身長を想像して、何も無い夜空を見上げる参加者たち。

安全管理と安心感

特に参加者への注意について、プログラム前の配布資料に盛り込むだけで済ませようとする、プログラム中の安全説明が、つい口うるさく感じるような頻度になってしまったり、冷たい印象になってしまうこともあります。参加者がたくさん注意をされたように感じると、歓迎されていないように感じたり、人として信用されていないように感じたり、不快な気持ちになります。プログラム開始前の注意は3つ程度、配布資料での告知については丁寧な言

いまわしを心掛けてください。そして参加者のプログラム中のリスクについて、言葉で注意する以外にその危険を回避する方法はないかを考えてみましょう。



写真：事前に3つの約束をする。

【例】準備できる予防対策を考える。

夜、明かりのない屋外で行う海ホタルの観察会では、保護者がいても自分の子どもがわからなくなってしまう可能性があります。また、好奇心から集団から離れ、行きたい所へ行ってしまうかもしれません。夜という特別な場の雰囲気壊さず、プログラムが安全に実施されるために、丁寧に静かに注意を促すことが重要です。また、プログラム開始前に参加の子どもや保護者への注意に加え、観察対象の生態や環境に配慮した上で、ライフジャケット装着以外に市販の蛍光ブレスレットを家族ごとに色分けしたり、兄弟でわかるように色分けしたりして付けさせます。参加者の子どもたちはおもちゃ感覚で喜んで外すことはありません。



写真：子どもの確認のために闇に浮かぶ蛍光ブレスレット。

(2) プログラムの実施当日、参加者の高い満足度を得るために準備した企画内容を効果的に実施するため、参加者の心を開きやすくする努力をしましょう。

第一印象

プログラムの第一印象はエコインストラクターの第一印象です。好感の持てる第一印象のエコインストラクターは、企画内容を引き立て複数の参加者の一体感にもつながり、プログラム中の管理もしやすくなります。身だしなみには気を付け、プログラム前には必ず鏡でチェックしましょう。身だしなみを整えたら参加者の前に出る時の立ち姿には見られている意識を持ち、

集合や開始のあいさつの第一声は明るく元気に笑顔を始めましょう。参加者が安心感を実感する最初の一步です。

また、エコインストラクターが参加者に対して受ける印象も重要です。第一印象が良い参加者の場合は途中に何かトラブルが起きてもその印象を信じてください。逆に最初の参加者の印象が苦手を感じる場合があります。それは時にプログラムを実施していくエコインストラクター自身のその日の自信や不安につながります。そんな時はどれだけ念入りに納得のいく準備をしてもエコインストラクターが参加者にマイナス印象を持ったとたん、参加者のエコインストラクターへの印象もどれだけか低くなってしまいます。参加者のマイナス印象に囚われないように、参加者の親しみが持てる部分や素敵だと思えるようなところを一生懸命探してください。自分達が企画したプログラムを希望して参加している方ですので、それだけでも共感できる部分があるはず。円滑になるべく参加者全ての満足度を高めるためにプラス思考で考える努力をしましょう。プログラムが終わる頃には、きっとその方の印象も良くなっているはず。

参加者の緊張をほぐす

初めて出会った人々が集う場合は、特に参加者の皆さんが緊張しています。これからプログラムを楽しく安心して過ごしてもらうために、困ったことが起きた時にエコインストラクターに相談したり、参加者同士が協力したりしやすい雰囲気作りをする工夫をしてください。アイスブレイキングの方法としてスキルの実習でも紹介されているかと思います。こういう方法をとる時、意味を感じられなかったり長過ぎると興味が下がったりしますので、マンネリ化と長さに注意してください。参加者の表情やしぐさにはさりげなく目配りをしながら行い、参加者が集中していない様子が伺える時には早めに切り上げるようにしてください。ただし、最後まで自信を持ってやりきりましょう。

プログラムの実行と同時進行で気配りの工夫

企画書やシナリオはしっかり作成してあっても、天候や状況の変化にはその場その場で臨機応変に対応する柔軟性が必要です。また、専門知識の少ないほとんどの参加者が予想以上に興味を持ってくれたり、逆に予想ほど興味を示さなかったりと意外な反応があることもあります。そんな参加者の反応にも敏感に対応しましょう。

【例】磯観察の企画。前もっての調査をしていたにもかかわらず、天候による影響もあってか、磯場の温度が予想以上に暑い日が続き、当日生き物がほとんど見当たりません。生き物が少ないことは仕方ないにしても、「代わりに参加者の皆さんの期待に応える何か他の感動をさせてあげたい」と思い予備に用意しておいたシュノーケルを使うことにしました。真夏で、参加者は水着にライフジャケットになることも可能だったので、簡単なシュノーケルでの魚の観察に変更しました。

またプログラムの実施中、専門用語が多過ぎないように注意してください。また専門用語を使う時は全ての参加者に意味がわかるように年代や参加者の専門性のレベルによって

言葉を言い換えます。参加者に子どもが多い場合で保護者が少しいるような時などは逆に簡単な言葉で解説し、補足的に専門用語を添え、知的好奇心にも応えるようにします。

【例】中央構造線や断層の解説をする場面で、「断層」という言葉がわからない小学2～5年生。いつもと同じ言葉での解説では理解できない参加者もいます。「簡単な言葉で説明してあげたら、全員がわかりやすい。しかし、高学年の参加者は、低学年に合わせている印象を受けると、自分達に語りかけられていないように感じるか、子ども扱いされているように感じおもしろくなくなってしまうかもしれない」と思い、視線を低学年、高学年と話す内容によって変えつつ、以下のように解説しました。

「(全員に向けて)南側から来た地面が北側の地面にドーンってぶつかった時に出来た地面の境目が、この線。(高学年に向けて)中央構造線って言います。(全員に向けて)この地図の中で今みんながいる所はこの辺り。線のすぐ南側。ここでは、(高学年に向けて)片岩といいます。(全員に向けて)この石みたいに崩れやすい性質の石が多いの。地球ができてから長い年月をかけて出来上がった性質なの。だから、ここからは崖側に気をつけて歩いていきましょうね」



写真：中央構造線の解説。

プログラム中の参加者の安心・安全の確保

前もって、予測されている危険以外に当日の環境変化による危険もあります。実施中は常に自分のアンテナを張り、いつもと違った変化や危険がないかを敏感に注意しながらプログラムを実施してください。この時、そのアンテナを張り危険を感知しようとする緊張感が表情や行動に表れていると、参加者に余計な不安や不快感を与えます。本当に参加者に注意を促さなければいけない時以外は、さりげなく目配りや心配りをすることで不必要に参加者がプログラムに集中できない原因を作らないようにしましょう。

(3) プログラムの終了後、アンケートの利用

アンケートを用意する場合、終了後必ず集計をし、良かった点と反省点を確認し、次のプログ

ラムで参加頂く方々のために活かしましょう。良かった点は、今後のエコインストラクターの自信となり参加者の皆さんへ向ける笑顔の素になります。反省点は満足度をより高め、プログラムの効果を高める材料になります。アンケート結果を有効に活用するために、良かった点、反省点のそれぞれの原因について、深く考察しておくといよいでしょう。

(4) クレームへの対応

アンケートが、単なる意見にとどまらずクレームであったり、後日のフォローが必要であったりする場合があります。現場では言えなかったり、その時スタッフに相談したが期待していた対応をしてもらえなかったりした時、参加者はアンケートや後日連絡という形で伝える場合があります。そんな時は、わかった時点ですぐに対処していきましょう。まず、プログラムの責任者と相談してください。明らかに謝罪が必要な場合は、直接ご連絡するかお手紙を差し上げるか、早い対応が効果的です。もし、自分が対応しなければならない時は、まず、参加者の話をよく聞いてください。こうした場合、まず参加者は自分の気持ちを話したいとか伝えたいということが一番の希望です。ですから、すぐに言い訳に聞こえるような発言はしないよう注意し、参加者の本当の気持ちを理解してあげてください。参加者が全てを言い終える前に、主催者側が説明しようと先走るあまり口を挟んでしまうことがあります。これは、「聞いてもらえない」「言い訳をしている」と感じるものですから、充分気をつけて、必ずまずはしっかり最後まで話を聞いてください。その上で、判断と対応をしましょう。

(5) 参加者拡大のため、ファンを作り、リピーターを増やしていく

一度参加した方々は、プログラムやエコインストラクターの面白さや信頼感があるので、再度参加を希望している方々も多くいらっしゃいます。そんな方々に、イベントごとや季節ごとにお知らせをしてあげると、喜んで頂けるでしょう。

3、ホスピタリティ能力を高めるために

ここまで、具体的なおもてなしのポイントについていくつか挙げてみましたが、これが全てではありません。前にも記述しましたが、何をするかがホスピタリティではなく、参加者のためにと考え行動したことがホスピタリティの現われです。ホスピタリティを高めるための方法は、本当のところ実践と日常の心の持ち方の訓練しかありません。プログラムの実践中と日常との両方でホスピタリティを高めるチャンスがたくさんあります。

1) プログラムの実践でホスピタリティ能力を高める

どの瞬間も参加者の気持ちを考え、様々な場面にホスピタリティを活かしてください。実際現場でどのように形に表すかは、エコインストラクター自身に掛かっています。明確な答えが無い場合がほとんどです。私の経験した一例です。公募で集めた地元の小学生を対象としたプログラムを実施し、プログラムの都合上5~6名ずつの班分けを前もってしなければなりません。それを検討するスタッフには子どもを持つ母の愛情を知っている主婦や独身者で社会的な人など、いろいろなタイプのメン

バーが集まっています。集まった参加者の班分けには、同じ学校別、同じ学年別、男女別など、いくつかの方法があります。参加者のことを大切に思う気持ちは同じですが、それを形にする時にはそれぞれの立場で違った意見になるものです。主婦で子どもを持つスタッフの一人は、「この体験でさらに友情が深まる可能性が高いので、もともとの友達同士のグループから1人だけ離れて班分けしてしまったら、今後の学校生活で、もしかしたらその1人だけがグループに入りづらくなるかもしれない。だから、同じ学校や友達同士は同じ班にした方がいい」とか「兄弟は離れると、兄は面倒を見なくてよくなるのでたくさん楽しめるが弟は不安になり楽しめなくなるかもしれない。スタッフはどこまでフォローできるか」などの意見が出ました。一方、「それではきりがないし、ここで把握していない人間関係があるかもしれないので、不公平感が出る。公平に全てをバラバラのグループにして、その日に新しい友達を作るチャンスにしてはどうか」という意見も出ました。どちらも参加者の立場に立っています。こんな時、正しい答えは無く、実施するスタッフで結論を出すしかありません。しかし、ここで大切なことは、常に参加者の立場に立ち、議論し検討し時間をかけるという姿勢が、より高いホスピタリティへとつながっていくことなのです。

2) ホスピタリティ能力の向上は日常での心の持ち方と訓練から

人への親切心や思いやりの心は、その人がどのように人生を生きてきたかにより育まれるものです。接客業の場合には、スタッフがお客様を喜ばせてあげたいとか楽しませてあげたいとか、心から思っているかということ面接などで質問をすることがあります。そんな時「どうしても思えない」と言う人も中にはいます。そんな場合は残念ですが接客業には向いていませんし、離職してもらうことがあります。接客業ではなくても人への思いやりや親切心が少ないと品質が落ちることがあるかもしれません。ですが、自然や文化に接し大切にしようとするエコインストラクターを目指す方々は、人に対しても思いやりがある方です。ですから、日々の訓練でその心の表し方は、どんどん素直に好感の持てるものにすることができます。日常でできる少しの訓練の例を以下に挙げてみたいと思います。

- (1) 自分がお客様の立場の時、接客してくれる人に対しても当然の親切やサービスと思わずに、感謝の気持ちを素敵な笑顔や「ありがとう」という言葉で表現してください。
- (2) 仕事場、家庭、プライベートを問わず、「おはよう」「ありがとう」「さようなら」「すみません」など、今までよりももう少し心を込めたあいさつを心がけてください。そして、想像できる限りの家族や同僚スタッフの立場に立って相手の気持ちを常に考えてください。
- (3) 自分が接客者や誰かに何かしてほしいことがある時、自分がどんな表情やしぐさ、行動をしているか客観的に気づいてみる努力をしてみましょう。
- (4) 外出先で、周りの人間ウォッチングをしてみましょう。レストランに座った時、買い物をする時、自分以外のお客様と接客係を観察してみましょう。ただし、周りの人々に不快感を与えないようにさりげなく観察をしましょう。

以上の4つは少しの意欲と勇気ですぐに行き、毎日できることです。日々積み重ねなければ自分の身には付かないものを、これらの心がけにより得ることができます。既に無意識で身に付いている方は、少し参加者の立場に立って考えるだけで、人として魅力いっぱいのエコインストラクターになっていけるでしょう。まだ、そうでない方々はぜひ、この日々の積み重ねこそ大切にしてもらい、魅力的な

エコインストラクターの大切な資質として、人としての魅力を高めてください。自分の内面にあり、ふだんあまり外に出していない素晴らしい部分を表に向けて発揮してください。思いやりの心や優しい心は誰もが持っているものです。その心と、人の心を敏感に理解するアンテナをつなげるだけで、ホスピタリティがエコインストラクターの魅力を高め、プログラムの質をも上げるきっかけとなります。

SS6 リスクマネジメント

執筆者：佐藤初雄氏（NPO 法人国際自然大学校）

自然体験活動やエコツアープログラムの多くは、野外フィールドで行われます。近年、活動中の怪我等が増えており、中には重大事故に至るケースも少なくありません。エコインストラクターとしては、事故や怪我に対する傾向と対策、そして対処法を学ぶ必要があります。また、リスクマネジメントの考え方、またその一環として保険の仕組みを学びます。



1、リスクマネジメントとは

リスクの存在、大きさなどを事前に把握し、合理的な方法とコストで適切な対処策を講じておくことにより、リスクによるダメージを小さくすること。

「(社)日本損害保険協会・安全防災部 NPO グループ」

2、安全管理の考え方

想定できるだけの危険を予知し、そのための対策を徹底的に講じること。

万が一の時を想定して対策を講じるとともに、スタッフに対する教育を徹底して行うこと。

参加者には自分の身の安全は自分で守ることを徹底させること。ただし、参加者が未成年者である場合、保護者に活動の主旨、内容といったものをきちんと伝えたくうえで参加してもらうこと。

(万が一の時に保護者の責任も問われます。)

1) 危険因子の分類

私たちが行う活動の多くは、非日常的な自然環境の中で行われるものです。従って日常的に予想される危険とはかなり異なります。指導者はまずこの点をきちんと認識しなければならないでしょう。

< 自然環境の危険 >

気象によるもの（大雨、吹雪、強風、台風、落雷など）

地震によるもの（山崩れ、津波、火災など）

人体に影響を及ぼす危険な動植物（毒蛇、ハチ、ケムシ、ウルシなど）

その他（洪水、雪崩、火災など）

< 生物的な危険 >

病気（伝染性病原体や寄生性病原による疾病。食中毒、その他の疾病）

怪我（すべる、転ぶ、ぶつかる、落ちる等による怪我）

< 社会性、文化性、人為的な危険 >

人間関係によるもの（人間関係のこじれ等による精神、身体的な危険。）

文明の利器によるもの（刃物や火、あるいは道具の扱い方の失敗による怪我。交通事故。）

主催側、指導側の過失による危険（無理な計画、未熟な指導者による事故等。）

とにかく、想定できるかぎりのあらゆる危険を予測することが最初の取組みです。そしてそれらの危険をいかに回避するかの対策を立てることが重要です。

危険予知能力と危険回避行動こそが安全管理の全てであると言っても過言ではありません。しかし、これらの能力は決して書物を読んだから身に付くというものではありません。実践という経験を積むことが大変重要です。

2) 組織運営面におけるリスクマネジメントの四つの手順

(1) リスクの発見・把握

リスクを分類すると、以下の四つに分類できます。

財産リスク（窃盗、火事、過失、洪水、爆破、停電、断水など）

財政リスク（収入不足、資金乱用、窃盗、破壊、不適切な会計記録、会計記録の不履行など）

人材リスク（スタッフ、ボランティアの質低下、参加者減少など）

第三者への責任（法律上、契約上）

(2) リスクの評価・分析

リスクが特定されたら、次はそのリスクの頻度と大きさを判断します。保険会社の賠償請求の履歴や、他団体で起こった訴訟事件の記録が参考になります。

包括的なリスクマネジメント計画の主要部分は、リスク軽減計画です。リスクとは、避けられないものですが、優れた計画があれば事故の頻度や大きさを下げることは可能です。リスクに対し、活動の事前事後、または活動中に、ある要因（人的要因、物的要因、環境要因）を通して介入することによって、損失リスクを減らすことができます。

(3) リスクの処理

リスクは、「移行」、「保有」、「回避」、「軽減」のどれかを選ぶことによって対応します。「移行」と「保有」は、損失を保有したまま、その費用をどの様に他の団体にその費用を移行でききるかを定めるリスク融資技術です。「回避」と「軽減」は、損失を最小限にするためのリスク管理技術です。リスクマネジメント計画では、リスクは融資技術と管理技術の両方で対応します。リスクマネジメントはリスクを認識し、それに対応することは安全な体験を提供し、組織の運営を安定させ確固たるものにするためのものです。また、リスクマネジメントの目的は、損害の頻度や大きさを軽減することによって組織・団体を守ること、最も効果的な方法で損害に対して財政を管理することです。

(4) 確認・フォロー

リスクマネジメント計画は常に進化しています。一旦リスクの対処法を決めて損失管理方法を実行していても、常にその効果を確認し、最善の計画になるようなシステムを考えておくべきです。過去の決定や、新しい損失の情報、損失の経験、保険金の値上げ、その他の状況変化を、定期的に見直すことにより、決定を変更する必要があるかもしれません。



写真：

どのようなリスクが存在するのか、
常に意識しておく必要がある。

3、安全管理の実際

1) 計画段階でのポイント

この計画の段階こそが事業の成否だけでなく安否についてもカギを握っていると言っても過言ではありません。

テーマの設定

対象者の設定

活動プログラムの決定

組織の決定

指導者の決定及び、指導者資格基準

場所・施設の決定

用具・持ち物の決定

輸送手段の決定

以上のようなポイントに十分配慮した上で計画を立てることが必要です。とにかく安全上無理がないかどうかを念頭にいった計画づくりが重要です。

2) 実地踏査

様々な視点で危険と思われる場所をチェックする必要があります。特にその地域特有の自然環境における危険には要注意です。実地踏査は必ず実施しなければなりません。その際、忘れてはならないことは常に参加者層を念頭に、リスクチェックをする必要があります。

時期（一ヶ月前位に最低一回）

実地踏査を行うメンバー（理想的には指導者全員、無理な時は写真を利用）

対策（参加者、スタッフへの事前説明、医療機関、消防署、警察署等の連絡先、場所を確認）

3) 事業の広報と契約

事業を実施する際、幅広く不特定多数の人々に知ってもらうために、広報の役割があります。しか

し、その伝え方によっては、大きな誤解をしたまま事業に参加し、取り返しのつかないようなことが起こってしまうことがあります。そこで、そうした誤解を少なくするための広報や契約のあり方のポイントをいくつか紹介しましょう。

広報の文書と契約文書（広報の情報だけでなく、詳細情報記載の契約文書を用意する。）
契約文書に記載すべきポイント（事業主体、事業所の所在地、事業概要、日程、料金等）
参加申込（契約書、健康調査書、免責同意書等）

4) 事前説明会の実施

特に参加者が未成年である場合には必ず保護者に対して直接対面して行うことが重要です。また、その際、主催者や指導者全員との面識を持つことも重要であり、できるだけ触れ合っておくことが大切です。

主旨内容の説明（特に指導法）
持ち物についての説明
指導体制
指導責任と保険
参加者の把握（参加申込書と健康調査票）

5) 実施中の安全管理

実施中は主に、F（Field フィールド）、P（Participant 参加者）、S（Staff スタッフ）の三つの点に注意します。

<F（Field フィールド）>

プログラムを実施する場所のチェックです。最初に把握すべきポイントです。
気象状況の把握（現在の状況、今後の予報、過去一週間ぐらいの状況等）
危険個所の再確認（実地踏査の再確認、状況に変化がないか確認）
フィールドへ移動するまでの安全管理（気が緩みがちな帰途に注意）

<P（Participant 参加者）>

指導者として一番気をつかうポイントです。参加者を安全に管理し、事業を終了することこそが私達指導者の最大の仕事です。

人数の確認
参加者の健康管理
弱者の把握
心の安全

<S（Staff スタッフ）>

どんなプログラムであっても原則的には一人で指導することは避けるべきです。参加者が少ない場合

でも必ず指導者は二人以上で行動すべきです。

スタッフの配置とコミュニケーション
指導者自身の安全管理と健康管理
万が一の時を想定

以上、実施中の三大要素である F、P、S について述べてきましたが、事故が起こる時というのはいくつかの要素が重なることが多いものです。したがって、如何に二重三重の失敗を防ぐかが安全管理の最大のポイントであるといっても過言ではありません。このことを肝に命じて活動をしてほしいと思います。

6) 万が一の対応

事故・ケガにであった時の対処法

どんなに注意しても、やはり事故が起きることはあります。その場合、初動が被害者を救済できるか否かを左右します。救助者が最も気をつけなければならないことは、以下の三つのポイントです。

冷静になる（適正な判断ができなくなると、被害を拡大する可能性あり。）

自分自身の安全管理をする（体力がある人は忘れがちだが、二次災害防止のため重要。）

被害者以外の人たちの安全管理をする。

緊急連絡網

万が一の時のために、緊急連絡一覧を作成しておくことが大切です。活動の場所や内容等にもよりますが、事前に調べてリスト化しておきたい連絡先は次のようなものです。

消防・救急 119 番

警察 110 番

海上保安庁（海上における事件、事故の緊急通報用電話） 118 番

災害用伝言ダイヤル

（地震、噴火などの被災地への電話がつながりにくい場合に利用できるサービス） 171 番

本部 -

保護者、（受託事業の場合）クライアント -

保険会社 -

最寄りの医療機関（複数箇所） -

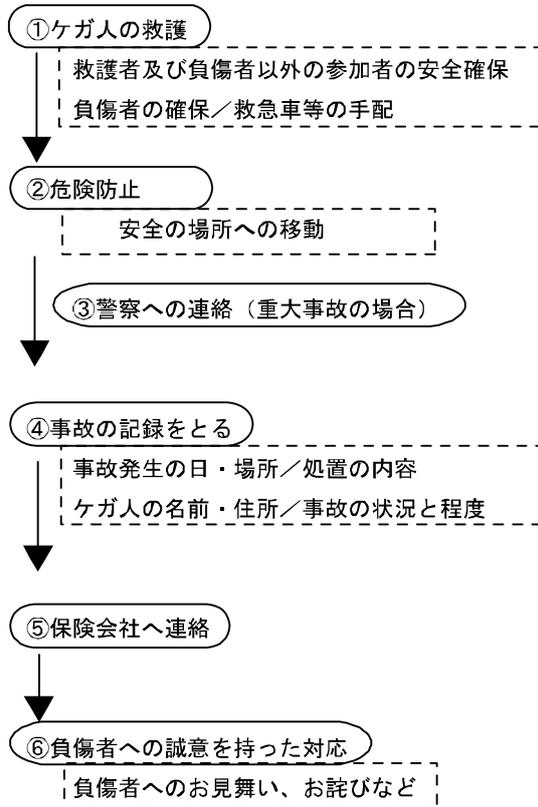


図 1：事故が起こった時の基本対応

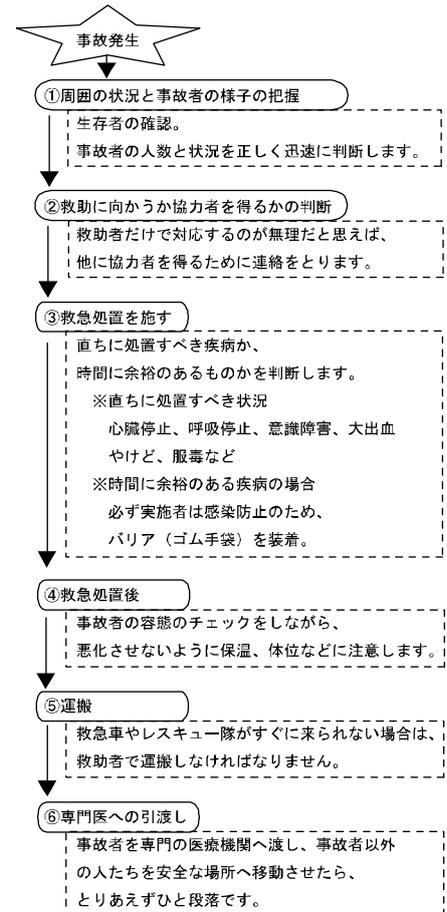


図 2：救命措置チャート

4、指導者の責任

1) 法的責任の種類

自然体験活動において事故を起こした場合の法的責任は、「民事上の責任」、「刑事上の責任」、「行政上の責任」があります。

(1) 民事上の責任

意義

民事上の責任とは、被害者側に対して損害賠償金を支払わなければならない責任のことです。

契約責任と不法行為責任

民事上の責任には、契約上の債務（安全に自然体験活動を行う債務）の履行に違反した債務不履行責任（民法第 415 条）と、契約関係の有無に拘わらず故意或いは過失によって他人に損害を生じさせた場合に生じる不法行為責任（民法第 709 条）とがあります。

賠償金と保険

現在の裁判所の損害賠償金の算定は、死亡、傷害の別を問わず高額化しつつあり、人の命の重さを昔より重視する傾向にあります。民事上の責任の場合、十分な額の保険に加入しておくこと

はリスクマネジメントにおける最後の砦であると同時に、参加者に対する自然体験活動者としての最低限の責務であろうと思います。

免責同意書

「主催者は、この活動において生じた事故の責任を一切負いません」等と記載した書面に参加者の署名を求める免責同意書の有効性も問題になります。少なくとも、事業者側の過失の有無及び態様の如何に関わらず1円たりとも賠償しませんという全部免責同意書は、これまで多くの裁判例で無効とされており、平成13年4月1日に施行された消費者契約法第8条でも明確に無効と明記されました。但し、消費者契約法第8条は、事業者側に軽微な過失がある場合に、一定額の程度で損害賠償金を制限する一部免責同意書の効力については規定しておらず、一定の要件の下においては、今後の訴訟において有効となる可能性があります。

(2) 刑事上の責任

意義

刑事上の責任とは、国家による刑罰権の行使を受け、刑に服する責任のことです。

署名と法定刑

自然体験活動において事故を起こした場合、適用される罪名は、業務上過失致死傷罪(刑法第211条第1項)、過失傷害罪(刑法第209条第1項)及び過失致死罪(刑法第210条)が考えられます。

業務上過失致死傷罪は、「業務上必要な注意を怠り、よって人を死傷させた」場合であり、自然体験活動を業としている主催者や指導者の方々に適用されます。

他方、過失傷害罪及び過失致死罪は、ボランティアが事故を起こしてしまった場合のように、業務上の事故とは言えない場合に適用されます。但し、過失致死罪の場合には、告訴がなければ処罰されません。

執行猶予

前科がない、事故態様が悪質であるとは言えない等酌むべき事情がある場合、一定の要件の下において、刑の執行が猶予され、刑務所に行かなくても済む制度があります。(執行猶予制度 刑法25条等)

(3) 行政上の責任

行政上の責任とは、行政庁から免許の取消・業務の停止命令等を受けたり、或いは、指導を受ける等の責任のことです。

2) 法的責任の主体

主催者・指導者

自然体験活動の主催者及び指導者は、参加者の生命及び健康等を危険から保護すべき義務を負担するものとして法的責任の主体になります。

ボランティア

自然体験活動の現場での指導者の多くはボランティアですが、ボランティアであっても、法的責任の主体となることは裁判例上確定しています。但し、裁判所も、ボランティアの無償活動性等に配慮し、損害賠償額の認定等において参加者側の落ち度との比較考量等により高額な賠償金を課さ

ないようにする等、一定の温情を示していることが多いです。

3) 法的責任を問われる場合 過失とは

事故が起きれば当然に法的責任が生じるという訳ではありません。法は、不可能を強いるものではなく、かつ他者の過失についてまで責任を負わされることがないのが大原則（責任主義）です。法的責任が問われるのは、あくまでも、指導者側に「過失」がある場合に限られます。「過失」とは、民事、刑事を問わず、危険を予見すべき義務、危険を回避すべき義務のいずれか一方にでも違反する行為を意味します。

裁判所において法的責任が問われる場合の多くは、参加者の行動（以下、健康状態を含む）を把握できていない場合と、危険な場所・物（以下、動植物・道具を含む）及び自然現象を把握できていない場合とに分類することができます。

5、保険

1) 傷害保険

傷害保険とは言葉が示すように「傷害」つまり「ケガ」をすれば保険金の支払い対象になりますが、ここにも大切な定義が有ります。

その定義とは、「急激」かつ「偶然」な「外来」の事故によって身体に傷害を被り、その直接の結果として死亡したり、入院・通院した場合等に保険金を支払うことになっています。下図参照。

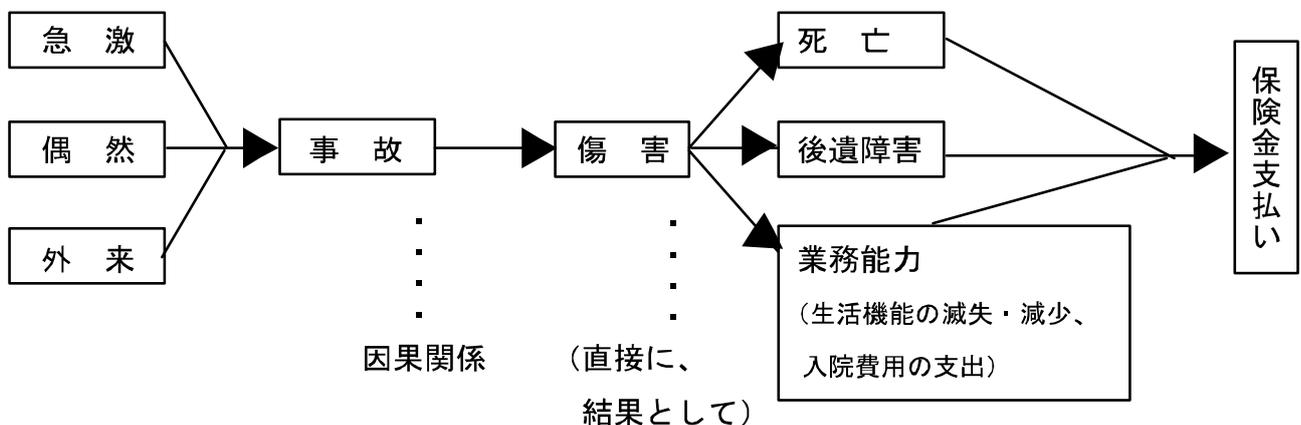


図3：傷害保険の仕組み

(1) 急激性

単に時間的に短いということだけでなく、「予測不能」と「不可避」の二要素が必要です。

例：「屋根瓦の修理中に足を踏み外し転落する事故」について考えると、「屋根瓦の修理中に足を踏み外す」ことは予測不能ですし、「転落」する過程は不可避です。

例：「有毒ガスを継続的に、吸引、呼吸または摂取した結果生じる中毒症状」は「有毒ガスを継続的に、吸引、呼吸または摂取する」ことが急激にあたらず事故とは言えません。

(2) 偶然性

原因または結果の一方または、両方が「偶然」であることが必要です。

例：偶然が原因（階段で足を踏み外す等）

例：結果が偶然（荷物を持ち上げて腰を痛める等）

例：原因と結果がともに偶然（道路で転んだところを走ってきた車に轢かれる等）

足の骨折治療中にボールを蹴って悪化させた場合等、十分に結果を予想することができた怪我は対象になりません。

(3) 外来性

外来性とは、傷害が身体の内側からでたものでないことを明らかにする主旨の要件です。

例：脳疾患、心臓疾患、糖尿病性昏睡等により意識不明により転倒、あるいは自動車運転中に運転不能になり事故にあった場合等は、事故の原因が身体内部にあるため外来性の要件からはずれません。

例：犬にかまれて狂犬病にかかった場合や、海に転落し救助に時間がかかり肺炎になった場合等は、急激、偶然、外来の事故を直接の原因としているため傷害事故となります。

(4) 傷害保険における傷害

傷害とは、一般的には「ケガ」ですが、傷害保険においてはさらに範囲が広く、身体外部から発生した原因による身体の損傷を含みます。従って、打撲傷、切傷、刺し傷、火傷、捻挫、骨折に限らず、内臓破裂、筋違いや窒息（煙による窒息、溺死、食物が喉に詰まったための窒息死等）、毒物による急性中毒等も対象になります。

2) 賠償保険

賠償保険にも定義があります。被保険者（補償を受けるもの、ここでは主催者及び指導者）が、(A) 偶然の事故により、(B) 他人に損害を与えた場合、(C) 法律上の賠償責任を負担することによって、(D) 被る損害を補償します。従って、(A)～(B)のどの一つが欠けてもこの保険の対象とはなりません。

他人に損害を与え賠償金を請求されるケースはいろいろありますが、この保険で対象とする被保険者が法律上負担する賠償責任とは、あくまでも他人をケガさせたり死亡させたりした場合（対人賠償）や、他人の物を壊した場合（対物賠償）に限っています。したがって、名誉毀損に基づく賠償責任は、法律上では賠償責任が発生するものの、この保険では適用されません。また、賠償責任の発生は極めて多種多様な種類や形態に分かれ、これら全てのものを補償するとなると技術的に難しく、非常に煩雑化します。

野外活動において考えられる「賠償責任」には、大きく分けて次の三つが考えられます。

指導中における賠償責任（指導ミス、管理の不備、監督不行き届き、設営等のミス）

飲食物による賠償責任（飲食物等が原因で食中毒の事故）

貴重品等、一時的に預かりその損害に対する賠償

「賠償保険」には次のような項目で支払われます。

損害賠償

被保険者が被害者に対して賠償債務のために支払うことを義務づけられた金額。治療費、入院費、通院費、慰謝料、休業損、葬儀料、死亡による逸失利益や物の修理代等の費用。

訴訟費用

保険会社の承認を得て支出した訴訟、仲裁、和解または調停のための費用、訴訟の結果被保険者側の勝訴に終わっても補償されます。

損害防止軽減費用

この費用のうち、応急手当・護送・その他の緊急措置に要した費用については、被保険者に賠償責任がないことが後で判明された場合でも補償されます。

6、救急法の習得のための講習会情報

いざと言う時のために、指導者やスタッフは日本赤十字社や消防署などで実施している止血法、心肺蘇生法などの救急処置トレーニングを受ける必要があります。また、使用施設の防災訓練などへも積極的に参加しましょう。この分野は日々、知識・技術が更新されるため、継続的に講習会を受講することが求められます。

1) 日本赤十字

日常生活における事故防止、手当の基本、人工呼吸や心臓マッサージの方法、AEDを用いた除細動、止血の仕方、包帯の使い方、骨折などの場合の固定、搬送、災害時の心得などについての知識と技術を習得できます。

<基礎講習>

受講資格：満15歳以上の者

受講人員：30名を標準とする

講習時間：4時間

講習内容：傷病者の観察の仕方及び一次救命処置（心肺蘇生法、AEDを用いた除細動、気道異物除去）等救急法の基礎

指導者：救急法指導員、水上安全法指導員、雪上安全法指導員、幼児安全法指導員

交付される証：全課程修了者に受講証、検定合格者に赤十字救急法基礎講習修了者認定証

負担費用：1,500円

<救急員養成講習>

受講資格：救急法基礎講習修了者

受講人員：30名を標準とする

講習時間：12時間

講習内容：急病の手当、けがの手当（止血法、包帯法、固定法）搬送及び救護

指導者：救急法指導員

交付される証：全課程修了者に受講証、検定合格者に赤十字救急法救急員認定証

負担費用：1,500 円

参照 URL：<http://www.jrc.or.jp/study/syurui/emergency/>

2) 東京都消防庁

東京消防庁では、心肺蘇生（AED を含む）けがの手当の方法を習得してもらうため、都民の皆さんや事業所等を対象として応急手当の講習会を行っています。

- ・ 応急救護講習を受講する場合 都内各消防署
- ・ 普通救命講習を個人又は数人で受講する場合 都内各消防署又は(財)東京救急協会
- ・ 上記、以外の講習 (財)東京救急協会

なお、応急手当コースを団体で受講される方は最寄りの消防署へお問い合わせください。普通救命講習・応急救護講習以外の講習は、厚生労働省が示す「一定の頻度で心停止者に対し、応急の対応をすることが期待・想定されている者（一定頻度者）」のための AED の内容が含まれています。

参照 URL：<http://www.tfd.metro.tokyo.jp/life/kyuu-adv/life01-1.htm>

3) メディックファーストエイド社

効率よく救急法と蘇生法を同時習得する画期的な応急救護講習プログラムを行っています。講習は、インストラクターが各自で料金を設定し、日程を組んで提供していますので、講習のスケジュール、場所、費用等については、直接、トレーニングセンターまたはインストラクターにお問い合わせください。

MFA ジャパン株式会社 (MFA JAPAN)

住所：〒187-0045 東京都小平市学園西町 2-13-33

E-mail：info@mfa-japan.com

電話：042-345-9970（土日祭、休日を除く 10：00 - 18：00）

FAX：042-345-8985

URL：<http://www.mfa-japan.com/index.html>

参考文献

- ・ NPO 法人国際自然大学校 『自然体験活動安全対策ハンドブック』（NPO 法人国際自然大学校，2001）
- ・ 特定非営利活動法人自然体験活動推進協議会
『自然とのふれあい活動における安全対策マニュアル策定調査報告書』（2006）
- ・ 藤原尚雄・羽根田治 『レスキュー・ハンドブック』（2002，株式会社山と溪谷社）

SS7 関連法規の基礎

執筆者：三浦雅生氏（弁護士）

自然学校やエコツアー事業者の活動には、プログラム単体ではなく、宿泊や交通、食事等を伴う場合が少なくありません。消費者保護の観点から、手配や運送等を行う場合には、法律による一定の制限があります。ここでは、旅行業法や道路運送法等の関連する法律について、基礎的な内容を学びます。尚、本文中にいくつかのケーススタディを掲載しましたので、理解・解釈の一助としてください。



1、業法による規制

自然学校やエコツアー事業者の実施する体験活動は、その活動内容や活動の仕方によっては、各種の行政的な取締法規に触れる場合があります。行政的な取締法規は、一定の公益的目的を実現するために、事前に一定の行政手続きを踏むことを求めるものです。

日本では、報酬を得て事業として行う行為については、行政庁の登録、許可等を事前に得ることを要求し、日々の事業活動についても消費者保護の観点から一定の行為を要求し、あるいは禁止するといった規制をしている法律があります。これらの法律は「業法」と呼ばれ、銀行法、建設業法、宅地建物取引業法、旅行業法、旅館業法といった名称からして規制対象業種を表しているものの他、道路運送法、食品衛生法といった特定の業種に対する規制よりも規制対象を少し広くとっているものがあります。

このうち、体験活動に関連するものとしては、旅行業法、旅館業法、道路運送法及び食品衛生法があるので、以下に順次解説していきます。

2、旅行業法による規制

1) 登録制度

旅行業法は、「報酬を得て、次の行為を行う事業」を旅行業と定義し（第2条第1項）、旅行業を営もうとする者は観光庁長官の行う登録を受けなければならないと規定しています（第3条）。この登録を受けることなくして旅行業を営んだ者は、無登録営業の罪として100万円以下の罰金に処するとしています。旅行業が、消費者（旅行者）と運送又は宿泊サービス事業者の間に立って、代金等のやりとりをする取引形態であることから、一定の要件を備えた者にのみ営業を許すことで、消費者保護を図ったものです。旅行業にあたる行為については、次項の「旅行業の定義」の中で記しています。

2) 旅行業の定義

上記旅行業の定義は、次のように3つの要件に分解することができます。体験活動が、この3つの要件の全てを満たすときは、旅行業となってしまいますので、旅行業の登録を得ることなくすれば、無登録営業の罪に該当することになります。旅行業の登録は、その種別と取引実績に応じた営業保証金を供託するうえに、一定の財産的な基礎を要求されますので、自然学校やエコツアー事業者が旅行業の登録を取得するというのは現実的ではないでしょう。そうだとすると、体験活動を行う際に、以下の3要件の少なくともどれか1要件は満たすことのないように、工夫することが必要です。

(1) 報酬性

後述する旅行業に該当する行為につき対価を得ることを言います。旅行業に該当する行為は、消費者(旅行者)と運送・宿泊事業者との間をとりもつ行為ですが、ここに言う「対価」は、消費者又は運送・宿泊事業者のいずれから受け取るものでも、含まれます。

したがって、参加者のために、体験活動に必要な宿泊施設(ホテル、旅館、民宿等)の手配をして、プログラム費用として宿泊費相当分を含めた包括的な料金を収受すれば、報酬性の要件を満たすことになります。宿泊実費しか含まれていない場合でも、他の費用と一緒に包括的に収受している場合には、宿泊実費しか含まれていないことの立証ができないので、報酬性ありということになります。自然学校等が、参加者のために宿泊施設の手配を要する場合には、予約だけをして宿泊費は参加者が直接に宿泊施設に支払うといった方法をとる必要があります。

自然学校等が宿泊施設の手配をしたときに、宿泊施設から宿泊客の紹介のお礼として宿泊代金の一部割戻しを受けることも報酬性の要件に該当します。宿泊施設から、紹介する参加者数に関係なく、体験活動の協賛金として一定の額の支払いを受けるのであれば、報酬性は満たしません。

(2) 事業性

反復継続する意思で後述する旅行業に該当する行為をすることを言います。典型的なのは、宣伝・広告をしたり、店を構える場合です。最初から1回しか企画しないという特殊な場合を除いて、事業性の要件をはずすのは困難かと思われます。

(3) 行為性(旅行業に該当する行為 下記 ~ のいずれか、または複数)

旅行の目的地及び日程、旅行者が提供を受けることができる運送又は宿泊のサービス(以下「運送等サービス」という。)の内容並びに旅行者が支払うべき対価に関する事項を定めた旅行に関する計画を、旅行者の募集のためにあらかじめ、又は旅行者からの依頼により作成するとともに、当該計画に定める運送等サービスを旅行者に確実に提供するために必要と見込まれる運送等サービスの提供に係る契約を、自己の計算において、運送等サービスを提供する者との間で締結する行為。

なかなか判りづらい定義ですが、いわゆるパッケージツアーや職場旅行、修学旅行のように一定額の旅行代金で旅行を企画・実施する場合を言います。体験活動のプログラム費用の中に、宿泊施設の費用や運送機関(鉄道、航空機、バス代等)の費用を含めて、参加者を募集する行為は、これに当たります。

旅行者のため、運送等サービスの提供を受けることについて、代理して契約を締結し、媒介を

し、又は取次ぎをする行為。

体験活動の参加者から依頼を受けて、宿泊施設に予約をする行為は、これに該当します。運送等サービスを提供する者のため、旅行者に対する運送等サービスの提供について、代理して契約を締結し、又は媒介をする行為。

宿泊施設やバス会社等と提携して、体験活動の参加者からの宿泊申込みを受付ける行為や、バスの切符を売る行為は、これに該当します。

他人の経営する運送機関又は宿泊施設を利用して、旅行者に対して運送等サービスを提供する行為。

運送機関や宿泊施設を下請けにを使って、自らが消費者と運送契約や宿泊契約を結ぶ行為を言います。

以上のように、行為性はかなり広い範囲を射程距離にしていますので、体験活動参加者と運送機関なり宿泊施設の間に入ると、ほとんど行為性を満たすと考えた方が良いでしょう。その場合は報酬性の要件を外すべく工夫するしかないでしょう。

なお、運送サービスと宿泊サービス以外のサービスは行為性の対象外です。参加者の依頼に基づいて、地元のレストランを手配したり、仕出し弁当を手配しても、行為性の要件には当たりません。

3) ケーススタディ

(1) ケース 1

ホームページや顧客向け DM 等で広く日帰りのエコツアーを広報し、集客をした。当日は現地にて集合・解散（交通機関を手配しない）し、参加費はプログラム後に参加者からもらった。

結論：旅行業には該当しません。

理由：報酬性も事業性も満たしますが、行為性の要件を欠いているからです。旅行業は、運送サービスか宿泊サービスの少なくともいずれかを手配する場合は言います。

(2) ケース 2

1泊2日のスノーシュートレッキングのエコツアーを企画し、手配した宿泊施設の料金（実費）を含めた参加費を設定した。ホームページや顧客向け DM 等で広く広報・集客を行った。

結論：旅行業の登録が必要です。

理由：報酬性、事業性、行為性の3要件を満たすからです。宿泊施設の料金が実費相当であるとしても、参加費の中に含まれていては、実費であることの立証は不可能かと思われます。宿泊施設については予約だけしてあげて、宿泊費用は参加者が直接に宿泊施設に支払うという形態等にする必要があります

(3) ケース 3

里地で湧水をテーマとしたエコツアーを企画した。湧水や滝を巡りながら、養鱒場で鱒釣り体験と鱒の炭焼きの昼食をとるもの。養鱒場の入場料に手配手数料を上乗せして参加費を設定し、ホームページや顧客向け DM 等で広く広報・集客をした。

結論：旅行業には該当しません。

理由：運送又は宿泊のサービスの少なくともいずれかの手配をしない限りは、行為性の要件を欠くので、旅行業には該当しません。

(4) ケース4

富士山麓で活動しているエコツアー事業者が、北海道でのスノーシュートレッキングのプログラムを募集した。集客した10名分の宿泊・交通を取りまとめ、旅行会社を通じて手配した。参加者からは実費を徴収し、旅行会社に一括して支払った。

結論：実費徴収が全体の費用を包括的に徴収している場合には、旅行業に該当します。

理由：運送又は宿泊のサービスの手配は旅行会社が行っていますので、報酬性も事業性も行為性もなく、それ自体は旅行業には該当しないように見えます。しかし、参加者から、「実費」の明細を明らかにせずに、包括的な料金で収受しているとすると、旅行会社を下請けに使用して旅行業を行っているとして認定される恐れが高いでしょう。少なくとも、旅行会社に支払うべき費用は参加者に明示して預かる形にする必要があります。

3、旅館業法による規制

1) 許可制度

旅館業法は、「旅館業」につき、都道府県知事（保健所を設置する市又は特別区にあっては、市長又は区長）の許可を得ることを求めています（第3条）。この許可を得ずに、旅館業を営むと、6月以下の懲役又は3万円以下の罰金に処せられます（第10条1号）。旅館業は不特定多数の者に宿泊場所を提供することから、公衆衛生を維持できる施設を必要とするという考えからの規制です。

2) 旅館業の定義

旅館業は、ホテル営業、旅館営業、簡易宿泊所営業及び下宿営業の4種類に分けられていますが、その違いは施設の構造及び設備の違いと宿泊料の収受の仕方の違いによるもので、いずれの営業にも共通している要件は、「宿泊料を受けて、人を宿泊させる営業」ということです（旅館業法第2条）。ここで、「宿泊」とは「寝具を使用して施設を利用すること」を言うこととされています（前同）。

したがって、キャンプ場を提供することは、一定の構造及び設備のある施設ではありませんし、寝具の提供もないので、旅館業にはなりません。問題なのは、歴史のある古い農家や民家に、参加者から費用を徴収して体験的に宿泊してもらおうというプログラムです。その目的は、宿泊サービスの提供ではありませんが、繰返しそうした宿泊のプログラムを実施している場合には営業と言わざるを得ず、規定的には上記の旅館業の要件に該当します。ただ、そうすると、旅館業法の要求する一定の構造及び設備に改築しなければならないという問題が生じてしまい、現実的ではありません。そこで、定義規定には、上記引用した共通文言の前に「施設を設け」という文言があることに着目し（旅館業法第2条第2乃至第5項）、歴史のある古い農家や民家の場合、そもそも宿泊用に「施設を設け」たものではないので、旅館業の定義には該当しないという解釈が可能ではないかと考えています。しかし、そのような解釈によった場合でも、公衆衛生上の観点が必要ですので、宿泊定員をできるだけ少人数に絞る等の現実の運営に配慮することが必要です。

4、道路運送法による規制

1) 許可制度

道路運送法は、その目的の一つに「道路運送事業の運営を適正かつ合理的なものとし、並びに道路運送の分野における利用者の需要の多様化及び高度化に的確に対応したサービスの円滑かつ確実な提供を促進すること」をかかげています（第1条）。同法は、そうした目的を達するために、旅客を自動車で運送する「旅客運送事業」を営む者に国土交通大臣の許可を要求しています（第4条第1項等）。国土交通大臣の許可を受けることなく、旅客運送事業を経営した者は3年以下の懲役若しくは300万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する等の処罰を受けます（同法第96条1号等）。

2) 旅客運送事業の定義

道路運送法は、「他人の需要に応じ、有償で、自動車を使用して旅客を運送する事業」を旅客運送事業と言い、これを「経営しようとする者」は国土交通大臣の許可を受けなければならないとしています。前者は判りやすい定義ですが、後者の「経営」というのはなかなか含蓄のある言葉で、どこまでの行為を指しているのかは解釈に悩むところです。

3) ケーススタディ

(1) ケース1

富士山中腹の森林でのトレッキングエコツアーを企画した。現地に公共交通機関がないため、鉄道を利用して来る参加者に対して、最寄の駅まで送迎サービスを行った。自家用車で現地集合する参加者と、送迎を必要とする参加者の参加費は同一料金である。

結論：旅客運送事業には該当せず問題ない。

理由：参加者がトレッキングエコツアーに参加するための利便を考えてのもので、ガソリン代程度の実費を徴収する範囲であれば、移動のサービスを提供することを目的とするものではなく、体験活動に付随するサービス提供に過ぎませんので、旅客自動車運送事業を「経営する」意思に欠けるものとして、許可は不要と解して良いと思います。また、希望者のみを送迎することにして、参加費については、送迎希望者も希望のない者の料金も同じということなので、運送サービス提供につき報酬を得ていないという意味で、事業性を欠くという議論も可能でしょう。

(2) ケース2

最寄の駅で合流した参加者を連れて森のトレッキングを行った。その後、参加者が宿泊する予定のホテルに、エコツアー事業者が自家用車で送り届けた。

結論：たまたま、ホテルまでの足のない参加者を自動車で送ったのであれば問題はありますが、最初からプログラム中に組み込まれている場合には、旅客運送事業に該当します。

理論：たまたまの運送サービス提供であれば、仮に「お礼」をいただいた場合でも、事業性に欠けますので、問題はありません。しかし、体験活動参加者の宿泊するホテルまでの運送をプログラムの中に組み込み、参加費を徴収してエコツアー事業者等が行うということになると、付随的サービスという訳にもいかないので、旅客運送事業を営んでいるという認定になる

でしょう。



写真：

日常的なプログラムも、活動全体の行程によっては法的な手続きが必要となる。様々なケースを想定し、対処策を講じておくことが大切。

5、食品衛生法による規制

食品衛生法は、「食品の安全性の確保のために公衆衛生の見地から必要な規制その他の措置を講ずることにより、飲食に起因する衛生上の危害の発生を防止し、もつて国民の健康の保護を図ることを目的」としています（第1条）。したがって、これまで述べてきた業法よりも、広く食品を扱う場合には同法の規制を受けますので、体験活動の中で、食品を扱う場合には、食品衛生法上の問題がないかを常に念頭に置く必要があります。なお、食品衛生法上、「食品」とは「すべての飲食物」を言います。

1) 食品等事業者としての規制

食品衛生法上、「食品若しくは添加物を採取し、製造し、輸入し、加工し、調理し、貯蔵し、運搬し、若しくは販売すること若しくは器具若しくは容器包装を製造し、輸入し、若しくは販売することを営む人若しくは法人」又は「学校、病院その他の施設において継続的に不特定若しくは多数の者に食品を供与する人若しくは法人」を「食品等事業者」と呼んでいます（第3条第1項）。

自然学校やエコツアー事業者が、体験活動参加者のために食品を調理したり、飲食物を販売すれば、食品等事業者となりますので、食品衛生法上、以下の規制を受けます（前同）。

- (1) その採取し、製造し、輸入し、加工し、調理し、貯蔵し、運搬し、販売し、不特定若しくは多数の者に授与し、又は営業上使用する食品、添加物、器具又は容器包装（以下「販売食品等」という。）について、自らの責任においてそれらの安全性を確保するため、販売食品等の安全性の確保に係る知識及び技術の習得、販売食品等の原材料の安全性の確保、販売食品等の自主検査の実施その他の必要な措置を講ずるよう努めなければならない。
- (2) 販売食品等に起因する食品衛生上の危害の発生を防止に必要な限度において、当該食品等事業者に対して販売食品等又はその原材料の販売を行った者の名称その他必要な情報に関する記録を作成し、これを保存するよう努めなければならない。
- (3) 販売食品等に起因する食品衛生上の危害の発生を防止するため、前項に規定する記録の国、

都道府県等への提供、食品衛生上の危害の原因となった販売食品等の廃棄その他の必要な措置を適確かつ迅速に講ずるよう努めなければならない。

この他、次に掲げる食品又は添加物は、これを販売し（不特定又は多数の者に授与する販売以外の場合を含む。以下同じ。）又は販売の用に供するために、採取し、製造し、輸入し、加工し、使用し、調理し、貯蔵し、若しくは陳列してはならないとされています（第6条）。この規定に違反すると、改善命令や営業停止処分等の行政命令が出される（第54条、第55条）ほか、3年以下の懲役又は300万円以下の罰金に処せられます（第71条）。

腐敗し、若しくは変敗したもの又は未熟であるもの。ただし、一般に人の健康を損なうおそれがなく飲食に適すると認められているものは、この限りでない。

有毒な、若しくは有害な物質が含まれ、若しくは付着し、又はこれらの疑いがあるもの。ただし、人の健康を損なうおそれがない場合として厚生労働大臣が定める場合においては、この限りでない。

病原微生物により汚染され、又はその疑いがあり、人の健康を損なうおそれがあるもの。

不潔、異物の混入又は添加その他の事由により、人の健康を損なうおそれがあるもの。

2) 飲食店営業に対する規制

食品衛生法は、「飲食店営業（一般食堂、料理店、すし屋、そば屋、旅館、仕出し屋、弁当屋、レストラン、カフェ、バー、キャバレーその他食品を調理し、又は設備を設けて客に飲食させる営業をいい、喫茶店営業を除く）喫茶店営業（喫茶店、サロンその他設備を設けて酒類以外の飲物又は茶菓を客に飲食させる営業をいう。）等」を営もうとする者は、都道府県知事の許可を受けなければならないとしています。したがって、自然学校やエコツアー事業者が、参加者のために施設を設けて飲食の場を提供する場合には、その所在地の都道府県の定める衛生基準を遵守して、あらかじめ都道府県知事の許可を受けておく必要があります。

3) ケーススタディ

(1) ケース1

エコツアー事業者が、体験活動参加者のために、あらかじめ仕入れてきた弁当を販売する。

結論：仕入れ先の弁当屋が弁当製造につき食品衛生法上の許可を得ていることを確認し、仕入れ先の住所、名称、電話番号、仕入れた弁当の種類、数等を記録しておく必要があります。

理由：弁当を販売することは、食品衛生法上の食品等事業者になりますので、上記のような規制を受けます。

(2) ケース2

自然学校で、有機野菜等を調理室で調理して、参加者に提供する。

結論：飲食店営業につき所在の都道府県知事の許可を受けておく必要があります。

理由：一定の施設内で食品を調理して有償で提供することは飲食店営業として、食品衛生法上の許可を要します。もし、この許可を受けていない場合には、参加者自らが調理をして試食

するというプログラムにすれば、自然学校は、食品等事業者に過ぎませんので、営業許可は不要です。なお、その場合でも、提供する食品と調理場や調理器具の衛生を確保する義務は自然学校にありますので、注意してください。

(3) ケース3

エコツアー事業者が、参加者のために、会場に仕出し弁当屋を呼んでおいて弁当を販売させて、販売額の一定率を手数料として徴収する。

結論：仕出し弁当屋が食品衛生法上の許可を受けた業者であれば、法律上の問題はありません。

理由：エコツアー事業者は、弁当屋に営業の機会を提供しているに過ぎませんので、食品衛生法上の規制は受けません。また、弁当屋の手配は旅行業にも該当しませんので、手数料を徴収することも適法です。ただ、弁当屋が食品衛生法上の許可を受けていない場合には、食中毒等の事故発生時に、被害者から弁当屋選択上の過失責任を問われる恐れがあります。

6、おわりに

以上の解説からお判りのように、業法の規制対象はその境界線を取り上げると、なかなか1本の線で割り切るのが難しい面があります。Aのケースは良くて、Bのケースは何故いけないのかと問われても、万人の納得を得る説明が困難な場合もあります。その意味で、多くの実例に基づく研究がまだまだ必要な分野かと思われます。最後は、その法律が目的とするところに戻り、常識的な観点から判断するしかないでしょう。

SS8 関連法規の基礎 ~ 農家民宿開設における規制緩和について ~ 執筆者：宍戸信一氏（財団法人都市農山漁村交流活性化機構）

エコインストラクターの活動に係る旅行業法や道路運送法等について、別テキストに法規制の状況・解釈を掲載しました。ここでは、近年の農家民宿への需要の高まりから、特に建築基準法を始めとした関連法規や規制緩和の状況について学びます。

都道府県によって状況が異なるため、事業を進める際には自治体所管部署への確認を忘れずにしましょう。



はじめに

中山間地域といわれる農山漁村部において、その地域における活性化対策の手段としてグリーン・ツーリズム（都市と農山漁村における交流事業）が用いられております。エコツーリズムを推進される皆さまも、農山漁村部においてご活躍されている方も多いことでしょう。

ここでは、グリーン・ツーリズムやエコツーリズムにとらわれず、農山漁村部において活動されている皆さまに関連する法規制の中で、規制緩和が行われている関連法規として、特に「農家が営む」「農家民宿の開設」について記述致します。

1、農家民宿の現状について

1) 宿泊業の種類

旅館業法においては、「ホテル営業」「旅館営業」「簡易宿所営業」「下宿営業」に区分けされ、農家民宿は基本的には「簡易宿所営業」の許可が必要となります。

2) 現在営業中の既存農家民宿について

そもそも農家民宿は農業の副業から発展し、営業形態としては「専業」「兼業」「季節営業」を行っています。営業を行う地域によって特色があり、「観光地民宿」「スキー民宿」「海水浴民宿」「釣り宿」「合宿向け民宿」「工事関係者向け民宿」などが代表的なものでしょう。

そのような中、都市と農村との交流事業が進む中で「交流民宿」「グリーン・ツーリズム民宿」なども増加傾向中です。

3) 新規開業の農家民宿について

グリーン・ツーリズムの普及が進む中、通常の農家民宿を開設する場合は様々な関連法規のクリアと設備投資が必要となります。例えば、「建築基準法」上では宿泊施設の規定は「ホテル」「旅館」の2種類しか無く、農家民宿を開設するためには「新築」「増築」「改築」に関わらず、「旅館並みの施設整備」が

求められます。特に問題となる部分は、耐震基準や不燃材使用等の徹底が求められますので、設備投資金額が莫大となります。また、食事の提供を行う場合は食品衛生法の許可が必要となりますので、「厨房の床は水で流せるもの」「シンクは3層用意する」などの設備投資が必要となります。つまり、既存の農家の家屋をそのまま活用した状態での許可は下りづらいとすることで、設備投資がかなり掛かってしまうのが現状です。

農家の副収入として農家民宿を行い、地域の活性化を図る目的がグリーン・ツーリズムですので、都市と農村の交流で用いる農家民宿の開設については、出来るだけ初期投資を抑えようとの意向の中で規制緩和策が出てきました。

また、「子ども農山漁村交流プロジェクト」においても、子どもたちの農村部における宿泊体験の必要性がうたわれておりますので、出来るだけ容易に開設出来る必要性も出て参りました。

2、規制緩和について

宿泊業として、飲食の提供を行う飲食店営業等として、消費者保護の立場から業法というものは存在します。そのような中、農家が営む農家民宿で都市と農村の交流を行う場合については、一定の条件を満たした場合について各種の規制緩和策が受けられる様になりました。この規制緩和においては「全国段階での規制緩和策」と「各都道府県段階における規制緩和策」があります。

全国段階における規制緩和策は全国一律のものです。各都道府県段階によって条例の改正や運用方法にバラツキが生じているのが実態です。そのため、県によって緩和策が受けられたり受けられなかったり、また緩和策の内容や緩和策を受けるための条件に差が出ておりますので、ご自身の市町村窓口（グリーン・ツーリズム担当課）にお問い合わせ下さい。

このテキストでは、各都道府県段階における規制緩和策については代表的な事例を記述致しますので、ご参考にして下さい。



3、関連法規について

これからご紹介する関連法規ですが、「農家が営む農家民宿」「農家が営む農家民宿の開設」が条件となります。その場合に問題となるのは、「あなたは農家ですか？」という「農家要件」の確認が必要となります。この「農家要件」ですが、各都道府県によってまちまちな状況ですので、ご自身の市町村窓口で確認してみてください。代表的な「農家要件」ですが、「10aの耕作要件」や「出荷販売額の確認」「農業委員会での農業者確認」などが挙げられます。関連法規については、以下の法規があります。

- 1) 建築基準法
- 2) 旅館業法
- 3) 消防法
- 4) 食品衛生法
- 5) 道路運送法
- 6) 旅行業法

1) 建築基準法（平成 17 年度規制緩和策適用）

全国規制緩和

- ・客室面積（33 m²未満）であって、容易に避難できる建築物については、建築基準法上の旅館に該当しない
- ・新たな内装制限は適用しない

これは、「農家」が「新規開設する農家民宿」において、「小規模で少人数のお客様」を経営の対象とした場合、建築基準法上の「旅館」に該当しないので、「一般住宅扱い」となり、「新たな内装制限が適用されない」ため、通常の家屋のままでも可能との解釈です。

2) 旅館業法（平成 15 年度規制緩和策適用）

全国規制緩和

- ・客室面積（33 m²以上）の面積要件撤廃

これは、通常の民宿が「簡易宿所営業」において必要とされる「客室面積」は「33 m²以上」（10 坪・20 畳より大きい部屋の確保）でしたが、「農家」が「簡易宿所営業」で「新規開設する農家民宿」においては、「客室面積」の大きさは自由となりました。

都道府県段階における小規模農家民宿開設（33 m²未満）の規制緩和の主な事例

～ 地元の保健所長の判断により～

- ・トイレは家族兼用（既存）で可能 洋式等であれば男女別設置不要
- ・洗面設備は家族兼用（既存）で可能
- ・浴室は男女別に時間帯で分ければ家族兼用（既存）で可能 近隣の公衆浴場の使用可能

上記は主な事例ですが、「地元の保健所長の判断により」規制緩和がなされています。「建築基準法」では小規模農家民宿開設については「一般住宅扱い」とされていますが、各都道府県によって対応に差があります。旅館業法上特に問題となるものは、「トイレの家族兼用化」「洗面所の家族兼用化」「浴室の家族兼用化」です。

3) 消防法（平成 16 年度規制緩和策適用）

全国規制緩和

～ 地元の消防長または消防署長の判断により～

- ・ 外部に容易に避難できるなどの条件に該当すれば、誘導灯、誘導標識および消防機関へ通報する火災報知設備を設置しないことが可能

この全国規制緩和も都道府県段階で判断が変わる可能性はありますが、「地元の消防長または消防署長の判断により」、「農家民宿」においては上記の緩和策が受けられます。但し、一般住宅とは変わらないため、通常の住宅で義務付けられている「火災報知器」の設置義務は生じます。

4) 食品衛生法（平成 17 年度規制緩和策適用）

厚生労働省から都道府県等への要請通知

- ・ 既存の家屋で農家民宿を行う場合には、一回に提供する食事数や講習会の受講等により施設基準の緩和（家族兼用の調理場を認める等）について、都道府県に対し弾力的な運用を要請

厚生労働省では、「農家民宿」における「飲食の提供」について、都道府県に対して「弾力的な運用」を要請していますが、対応に差が生じています。

都道府県段階における小規模農家民宿開設（33 m²未満）の規制緩和の主な事例

- ・ 家族と宿泊者の調理場共用が可能
- ・ 共同調理（調理体験）は許可不要 手洗い+消毒設備が必要
- ・ 通常三層シンクが必要な調理場に対し、1つのシンクと自動食器洗浄設備で可能

都道府県段階において飲食の提供についての対応は次の3種類となっています。

食品衛生法の許可を出す

上記の事例にもありますが、「通常必要な三層シンク」を「1つのシンクと自動食器洗浄設備」で対応する県の事例もあります。

食品衛生法の許可を出さない

食事の提供を行うのではなく「お客様と一緒に作る」スタイルで、お客様と農家民宿経営者が共同で食事を作る「共同調理（調理体験）」の場合は、食品衛生法の許可対象外とし、「衛生講習会への受講」「検便の提出」など一定の条件をクリアする必要があります。

規制緩和を行っていない

通常通りの飲食店営業等の許可が必要です。

5) 道路運送法（平成 15 年度規制緩和策適用）

全国規制緩和

- ・ 宿泊サービスの一環として行う送迎輸送は原則として許可対象外

「農家民宿」がグリーン・ツーリズムの活動として行う「宿泊サービスの一環としての送迎輸送」については、道路運送法による許可対象外となりました。

6) 旅行業法（平成 15 年度規制緩和策適用）

全国規制緩和

- ・農家民宿が自ら提供する運送・宿泊サービスに農業体験を付加して販売・広告することは、旅行業に該当しない

これは、「農家民宿」が自らの施設で宿泊提供を行い、農業体験サービスを提供し、自らが提供する運送である「宿泊サービスの一環として行う送迎輸送」を販売・広告することについては、「旅行業」に該当しないため、旅行業法には抵触しないという解釈です。

4、農家民泊行為について

本来、宿泊業というものは旅館業法の許可を取らなければ営業は出来ません。これは、農家民宿についても同様です。しかし、一部の都道府県においては「少人数の受け入れ」「子ども・生徒に限る」「自らが募集行為等を行わない」「共同調理・調理体験」といった一定の要件を満たし、都道府県等による「農家民泊取扱指針」等により「農家民泊行為」を認めている場合があります。これらの場合、旅館業法の許可は取っていません。

5、最後に

農山漁村部において、交流事業という手法を用いた地域活性化策を行っていく中で、関連法規の規制緩和が進んでいきました。今後、エコツーリズム等で地域の特色や一次産業を活かした「農家民宿」の新規開設が必要となった場合、都道府県によっては対応に差が生じてはおりますが、この「農家民宿」を活用してみてください。



SS9 自然環境概論

執筆者：北野日出男氏（社団法人日本環境教育フォーラム会長）

日本の国土は山や川、沢、里山等、豊かな自然環境に恵まれています。エコインストラクターとして活動する上で、日本の自然環境に関する一般的な特長を知る必要があります。ここでは、気候風土や森林、河川、動植物相について、基礎的な内容を学びます。



世界各地を旅行してみると日本ほど四季折々、変化に富んだ自然環境を持つ国土はありません。この恵まれた自然環境の中でエコインストラクターとして活動するためには日本の自然環境について一般的な特徴を知っておく必要があります。そのためには世界の自然環境の中での日本の位置づけを理解しておくことも大切です。ここでは、生きものを中心に、日本の気候がもたらす植物相（flora）や動物相（fauna）の特徴、河川環境や里山について基礎的な内容を学びます。

1、世界のバイオーム（biome 群系または生物群系 biotic formation）

世界各地の風土の違いは、主に気温と降水量によって定まる群系の違いによると考えられます。群系とは、類似した気候のもとに形成される類似した相観（森林、草原、砂漠、ツンドラなどの外観）を意味し、地球上の生物群集（植物群落＋動物群集）の最も大まかな分類方法として用いられ、約 10 種の群系に分類されます（表 1、図 1）。

記号	植物群系	分布する主な地域	地域の特徴(気候や植生)
a	ツンドラ (寒地荒原)	ヨーロッパ北部～カナダ北部にかけての北極圏周辺域	寒帯で凍土層発達。コケ、地衣類にスゲや小低木が混じる。
b	針葉樹林	ヨーロッパ北部～シベリア アラスカ～カナダ北部	亜寒帯でエゾマツ、トドマツ類からなる常緑針葉樹林。
c	夏緑樹林 (落葉広葉樹林)	ヨーロッパ西部、東北日本 北アメリカ東部	冷温帯で冬季に寒冷なために落葉する広葉樹林(ブナ・ナラ)
d	照葉樹林 (常緑広葉樹林)	日本南部～東アジア 北アメリカ南東部	暖温帯で夏雨気候のために、つやつやした葉のカシ、シイ。
e	熱帯(亜熱帯)多雨林	中央アフリカ、東南アジア～東アジア、アマゾン流域	年中高温で降水量も多い。ラワン、着生植物、つる植物。
f	硬葉樹林	地中海沿岸、カリフォルニア州、オーストラリア、南米西岸	冬雨気候で夏季に乾燥。小さく硬い常緑葉もつオリーブ。
g	雨緑樹林	東南アジア～インド、西アフリカ、中南米、オーストラリア	年中高温だが雨季と乾季がある。乾季に落葉するチークなど。
h	ステップ (温帯草原)	北アメリカ、中央アジア、南アフリカ、南アメリカ	温帯で降水量が少なく、イネ科植物からなる草原が広がる
i	サバンナ (熱帯草原)	アフリカ中部、オーストラリア、南アメリカ、南アジア	年中高温で少雨。イネ科植物の草原に樹木が疎らに点在。
j	砂漠 (乾荒原)	アフリカ北部～中央アジア、オーストラリア、南米南部	主に亜熱帯で降水量が少なくて少なく、多肉植物等が点在。

表 1：植物を中心とした群系の種類

(出典) 太田次郎監修『図解フォーカス 生物』啓林館より転載。

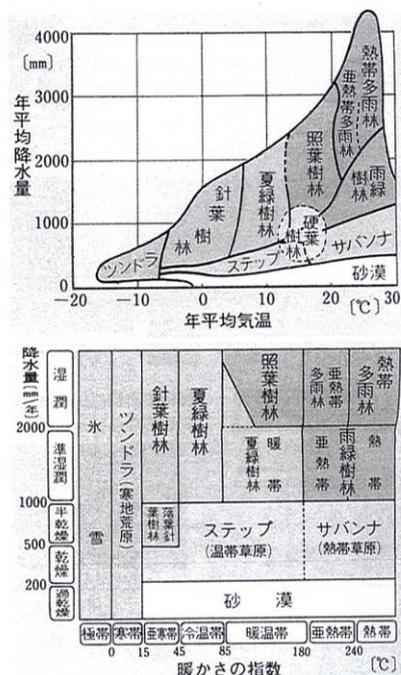


図 1：植物群系と年平均気温および降水量、「暖かさの指数」との関係

(出典) 太田次郎監修『図解フォーカス 生物』啓林館より転載。

図1の上図は世界各地の年平均降水量（縦軸）と年平均気温（横軸）をもとにそれぞれの群系を位置づけたものです。下図は年平均降水量（縦軸）と「暖かさの指数」（温量指数）により群系を位置づけたものです。「暖かさの指数」とは、日本の植物生態学者吉良竜夫（1948）が考案したもので、植物の成長にとって必要な最低限の気温の平均を5 と考え、12ヶ月分の月平均気温を5 以上の分だけ合計したものです。逆に5 以下の分だけ合計したものを「寒さの指数」と呼んでいます。表2に京都を例にとって「暖かさの指数」と「寒さの指数」の計算例を示しておきます。

表2：暖かさの指数と寒さの指数の計算例（京都）

（出典）只木良也『森の生態』共立出版,1971年,36頁をもとに作成。

月	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
月平均気温()	2.8	3.3	6.5	12.3	17.0	21.3	25.5	26.3	22.4	15.9	10.1	5.1

暖かさの指数(3~12月) = 1.5+7.3+12.0+16.3+20.5+21.3+17.4+10.9+5.1+0.1 = 112.4

寒さの指数(1~2月) = -(2.2+1.7) = -3.9

図2は暖かさの指数と乾湿度（0~3：過乾燥、3~5：乾燥、5~7：半乾燥、7~10：準乾燥、10<：湿潤）を用いて世界の生態気候区分図を作成したものです。日本は暖かさの指数から見れば45~180の範囲内に位置し、しかも乾湿度の面から見ると十分に湿潤な気候下であり、森林帯が成立する条件を備えていると言えます。湿潤な気候で後述するように、日本国土面積の約70%を占める森林帯が連続する地域は世界でもめずらしく、日本の自然環境の大きな特徴と言えます。

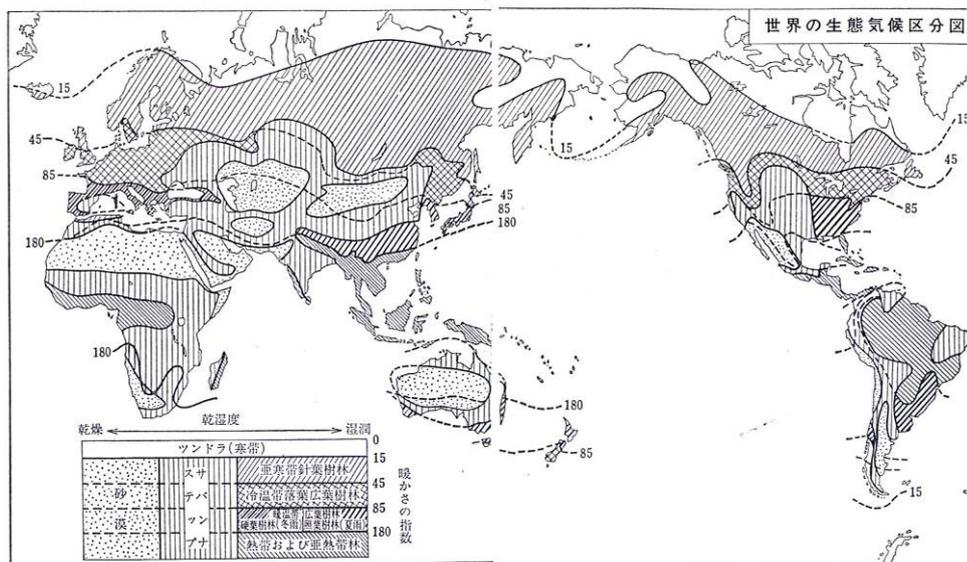


図2：暖かさの指数と乾湿度による世界の生態気候分布（図中の数字は暖かさの指数を示す）

（出典）上山春平編『照葉樹林文化』中公新書,1978年より転載。

2、日本の植物群系

世界で見られるバイオーム10種のうち、日本は植物群系として4つのタイプの群系を持っています。北から、亜寒帯には針葉樹林、温帯（冷温帯）には夏緑広葉樹林、暖帯（暖温帯）には照葉樹林、亜熱帯には亜熱帯多雨林の群系が分布しています（図3）。同時に、このような植物群系の水平分布と山頂が

ら山麓へ変化する植物群系の垂直分布とがよく対応していることは日本の気候がもたらす日本の植物群系の特徴でもあります。

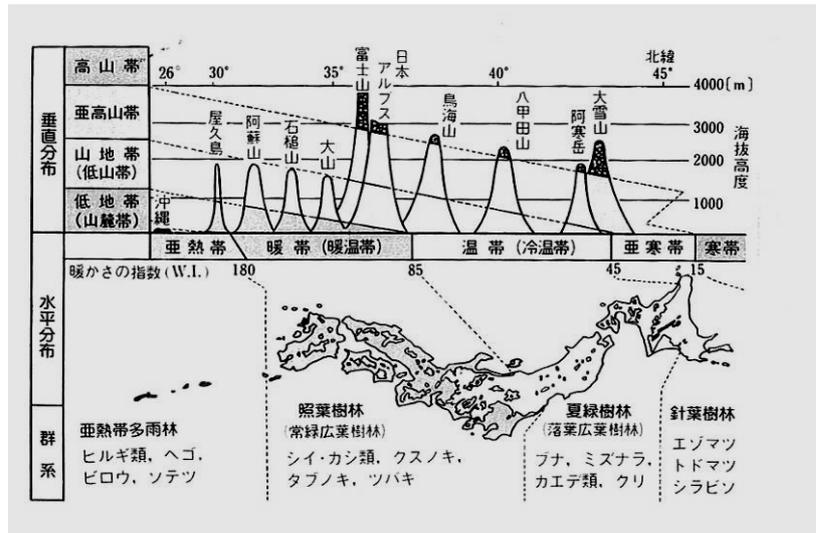


図 3: 日本の植物群系の分布

(出典) 太田次郎監修『図解フォーカス 生物』啓林館より転載。

3、世界の植物区系

世界の植物種を比較すると共通種が多いいくつかの区系 (region) に分けることができ、植物では、全北区、旧熱帯区、新熱帯区、ケープ区、オーストラリア区、南極区の 6 つの植物区系 (floristic region) に分けられています (図 4)。



図 4: 世界の植物区系

(出典) 太田次郎監修『図解フォーカス 生物』啓林館より転載。

4、日本の植物区系

世界の中で日本の植物区系は全北区に属します(図4)。日本列島内での植物区系分布を図5に示します。

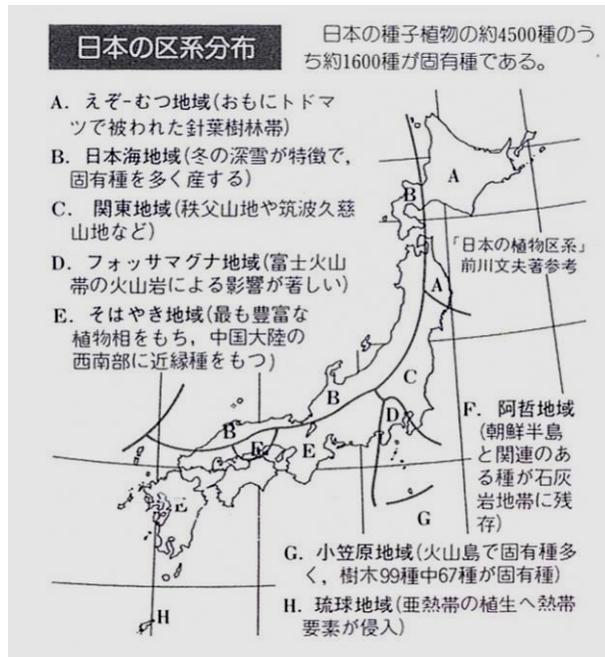


図5：日本の植物区系

(出典) 太田次郎監修『図解フォーカス 生物』啓林館より転載。

日本の植物の固有種(endemics、比較的狭い区域にのみ分布する種類)は、アスナロ、コウヤマキ、カワゴケソウ、シラネアオイ、スギ、ヤマザクラ、ワサビなどが知られていますが、次に各区系の特徴を解説しておきます(『生態学辞典』共立出版、p.447~449を引用)。

A. えぞ-むつ地域

太平洋側の冷温帯・寒温帯域。アカエゾマツ、イソツツジ、エゾツツジなどで特徴づけられています。

B. 日本海地域

北海道西部、津軽半島から山陰までの温暖帯から寒温帯に位置し、積雪量が多いため太平洋側とは対照的な種類が分布しています。ユキツバキ、ヒメモチ、ヒメアオキ、トキワイカリソウなどがその例で、日本の固有種であるトガクシショウマ、サンカヨウ、シラネアオイ、オオバツツジ、タヌキランなどが積雪環境で守られています。

C. 関東地域

暖温帯から寒温帯までを含み、シバヤナギ、ヒイラギソウ、タマアジサイなどで特徴づけられています。

D. フォッサ・マグナ地域

フォッサ・マグナに沿って形成された富士箱根火山地帯、房総半島までを含み、火山活動の影響により独自の植物相が形成されています。フジアザミ、ハコネコメツツジ、イズカニコウモリ、ガクアジサイなどで特徴づけられています。

E．そはやき地域

本州西部の太平洋側から四国・九州の温暖帯、冷温帯域に属し、大陸との共通種や日本の固有種を多産します。トガサワラ、キレンゲショウマ、ヤハズアジサイ、センダイソウ、ハガクレツリフネ、オオマルバノテンニンソウなど暖温帯上部から冷温帯に生育する種類の分布は、中央構造線以南の地質構造と過去に同じ陸地塊であったことを反映したものであると考えられています。「そはやき地域」について詳しくは国立科学博物館（編）『日本列島の自然史』147頁を参照してください。

F．阿哲地域

広島県東部の帝釈、岡山県西部の阿哲地方には石灰岩地が多く、キビノクロウメモドキ、シロヤマブキ、アオイカズラ、チョウジガマズミ、ヤマトレンギョウなど大陸との共通種や近縁種が隔離分布しています。

G．小笠原地域

大陸から遠く離れた海洋島であるため種数は少ないのですが、ワダンノキ属やシロテツ属の植物は固有種です。

H．琉球地域

奄美群島以南の南西諸島を含む地域でリュウキュウマツ、アダン、テッポウユリ、オキナワウラジロガシ、アマミヒイラギモチ、ヤエヤマヤシなどによって特徴づけられています。

5、世界の動物区系

植物と同様、動物の分布についても旧北区、新北区、エチオピア区、東洋区、新熱帯区、オーストラリア区の6つの動物区系（faunal region）に分けられています（図6）。



図6：世界の動物区系

(出典) 太田次郎監修『図解フォーカス 生物』啓林館より転載。



図7：日本のほ乳類と分布境界線

(出典) 太田次郎監修『図解フォーカス 生物』啓林館より転載。

6、日本の動物区系

日本の動物は旧北区と南西諸島を中心とした東洋区系に分布し(図6)南西諸島の奄美大島、徳之島、沖縄本島、石垣島、西表島など標高の高い島には「生きている化石」といわれるアマミノクロウサギ(奄美大島、徳之島特産)、イリオモテヤマネコ(西表島特産)、イボイモリ(奄美大島、徳之島、沖縄本島特産)や最近発見されたヤンバルクイナ、ヤンバルテナゴコガネなど世界的に貴重な動物が分布しています。

本州・四国・九州に分布する動物の多くは、同緯度のアジア大陸から来たものと考えられています(堀越・青木編『日本の生物』1986, p.119)。しかし、森林の国である日本には乾いた草原で生活する動物はほとんどすみつくことができず、脊椎動物や昆虫類のほとんどが森林性の種で、このような動物の祖先はアジア大陸の温帯から亜寒帯南部にいたる地域の森林からやってきたものであろうと考えられています。

北海道の動物相(fauna)は本州とは大きく異なっています(図7)。理由は数万年前から1万年前までの最終氷河期の長い間、津軽海峡が陸続きとはならず、動物たちが往来する陸路がなかったからであると考えられています。

例えば、本州・四国・九州には日本の固有種として棲んでいます。北海道には棲んでいない動物として、ほ乳類ではヤマネ、ヒメネズミ、ヒミズ、ミズモグラ、カゲネズミ、スミスネズミ、ホンドリス、ホンシュウモモンガ、ニホンカモシカなど、また日本の固有種ではありませんがアジア大陸南部のものと同種に属する固有亜種としてムササビ、カワネズミ、ニホンツキノワグマがいます。は虫類ではイシガメ、シロマダラ、両生類ではカジカガエル、タゴガエル、モリアオガエル、シュレーゲルアオガエルなどは北海道にはいません。

一方、北海道に生活するほ乳類の多くはそのほとんどの種がサハリンやアジア大陸沿岸州に棲んでいて、北海道産の固有種として知られているものは利尻島や日高山脈の産地にいるムクゲネズミ1種だけであるといわれています(『日本列島の自然史』2006, p.94)。

津軽海峡があったために南に移動できず北海道で生活している動物の典型的な例として、ほ乳類ではヒグマ、クロテン、ナキウサギ、ユキウサギ、エゾリス、シマリス、エゾモモンガなど、鳥類としてヤマゲラ、シマフクロウ、エゾライチョウなど、は虫類ではコモチカナヘビ、両生類ではエゾアカガエル、キタサンショウウオなどが知られています。

もし、津軽海峡がなかったならば日本の動物相は今とは大きく異なっていたことでしょう。この意味で、本州と北海道の間にあるブラキストン線(ブレイキストン線、Blakiston's line)(図7)の発見は日本の生物地理区を理解する上で重要なものです。

1863年から1884年まで函館に住んで自然史の研究を行っていたイギリスの博物学者T.W.ブラキストンは、ヨーロッパから極東までのユーラシア大陸の中緯度地方に広く分布する鳥類やほ乳類のほとんどが、北海道までは分布しているのに津軽海峡を越えて南に分布するものが極めて少ないことに気づき、この動物分布の境界線としてブラキストン線を提案したわけです(『日本列島の自然史』2006, p.99)。

次に、地球上で生活する既知の動物種全体(約110万種)の70%以上を占める昆虫の日本での分布について簡単に述べておきましょう。

ごく大まかにいうと、日本の昆虫にはアジア大陸起源ながら日本で固有種となった古いタイプの種と、ずっと後に他の地域から渡ってきた新しいタイプの種とが混在していると言えます(『日本列島の自然

史』友国雅章, p.162~172)。古いタイプの種としてはムカシトンボ、ギフチョウ、ニシキキンカメムシ、ベニモンカラスシジミ、ツノクロツヤムシ、ニセハムシハナカミキリ、アズマゲンゴロウモドキ、ヤマトアシナガバチなど、新しいタイプの種としてはシオカラトンボ、モンシロチョウ、ヒメアカタテハ、ムモンホソアシナガバチ、ツヤアオカメムシ、ホシベニカミキリ、タマムシ、オオゾウムシなどが知られています。

表3に日本と世界の昆虫の種類数を比較したものを示しておきます。

分類群	種類数		分類群	種類数	
	日本	世界(概数)		日本	世界(概数)
トビムシ	368	3,500	カマキリ	9	1,900
カマアシムシ	52	450	チャタテムシ	83	3,000
コムシ	12	500	ハジラミ	150	2,800
イシノミ	14	300	シラミ	40	500
シミ	9	340	アザミウマ	176	6,000
カゲロウ	102	2,100	セミ・カメムシ	2,848	82,000
トンボ	187	5,000	ネジレバネ	31	500
カワゲラ	162	2,000	コウチュウ	9,131	370,000
シロアリモドキ	3	300	アミメカゲロウ	138	4,500
バッタ	222	20,000	シリアゲムシ	38	470
ナナフシ	19	2,500	ノミ	69	1,750
ガロアムシ	6	24	ハエ	5,298	150,000
ジュズヒゲムシ	0	22	トビケラ	356	7,000
ハサミムシ	21	1,840	チョウ・ガ	5,173	137,000
シロアリ	16	2,770	ハチ	4,152	130,000
ゴキブリ	52	3,700	合計	28,937	942,770

表3：日本と世界の昆虫の種類

(出典) 森本桂「昆虫類総論」(『日本動物大百科 昆虫1』平凡社, 1996年) をもとに作成。

日本の昆虫相についてより詳しく調べたい場合は『日本の昆虫』(東海大学出版, 1986)が、また絶滅危惧種については『絶滅危惧の昆虫事典』(東京堂出版, 2006)が参考となります。昆虫を含め日本の野生動物のレッドデータブック(環境庁編)の内容を写真と共に紹介した『滅びゆく日本の野生動物』(成美堂出版, 1992)は、野外観察の際の知見として重要なものです。

7、日本の河川環境

現在、地球上に存在する水の総量は約14億km³(一辺約1120kmの立方体に相当)ですが、その97.5%が海水です。淡水は2.5%位で、しかもその大部分は南極や北極地域の氷です。地下水、河川、湖沼、池などにある淡水は地球上の水全体の約0.8%で、そのほとんどが地下水です。私たちの利用できる河川や湖沼にある水は、地球上にある水全体の約0.01%にすぎず、この水が地球上のほとんどの生きものの生命を支えているわけです。

1) 水循環

ところで、地球上の全ての水は太陽エネルギーをもとに、気体・液体・固体と状態を変えて自然界を絶えず循環しています(水循環、図8)。1980年代になるまでは地球上の水の総量は変わらず、水循環は地球生態系の閉鎖空間の中で新たに水が入ってくることも出ていくこともなく行なわれていたと考えられてきましたが、1980年代後半からの研究で、太陽系外から地球の重力場内に入ってくる

る重さ 20t ~ 40t の小彗星（雪玉、スノーボールと呼ばれ、ほぼ純粋な雪の塊）が地球に接近すると、とけて蒸発し「雪玉の降雨」が地球に水を補給しているという仮説が提案されています（E.C.ピルー、2001、p.13）。

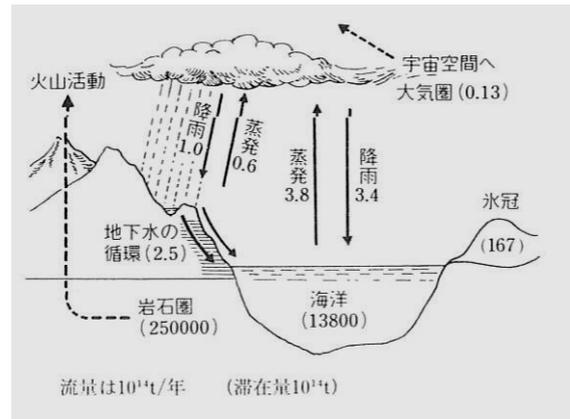


図8：地球上での水循環
（出典）『高校生物 A 教授資料』啓林館より転載。

2) 日本の河川の特徴

名著『日本の川』（阪口他、1995）では、“日本の川らしい”川として富士川を挙げ、その理由を次のように述べています（同書、p.29）「第一に、富士川は日本三大急流（図9参照）の一つとして古くから知られてきた。第二には、富士川の流域には日本の山地の中でも最大級の隆起速度を持つ赤石山脈がひかえている。第三に、火山と盆地も分布している。第四には、日本最高峰の富士山とそれに次ぐ白根山北岳とから流れ出す富士川は、日本で最も高い所に水源を持つ川である。このような自然の特徴は、富士川を“日本の川らしい”川につくりあげている。河口部には三角州がなく、扇状地が広がっていること自体、大陸の川とは大きく異なる特徴である。そしてまた、富士川は古来よりいくつかの治水の名所を持つ川の一つである。そこに立つと、川を深く理解して“水をもって水を制した”先人の偉大な業績をしのぶことができる。」

より一般的には、日本の河川の特徴として、短くて急であること（図9）流量が季節により（季節変動）、年により（年変動）変動することもあります。少数の例外を除くといつも水が流れていること。河川の河口には、河川によって運ばれてきた堆積物によってつくられた沖積平野がみられ、そこに大都市が発展していることなどが挙げられています。

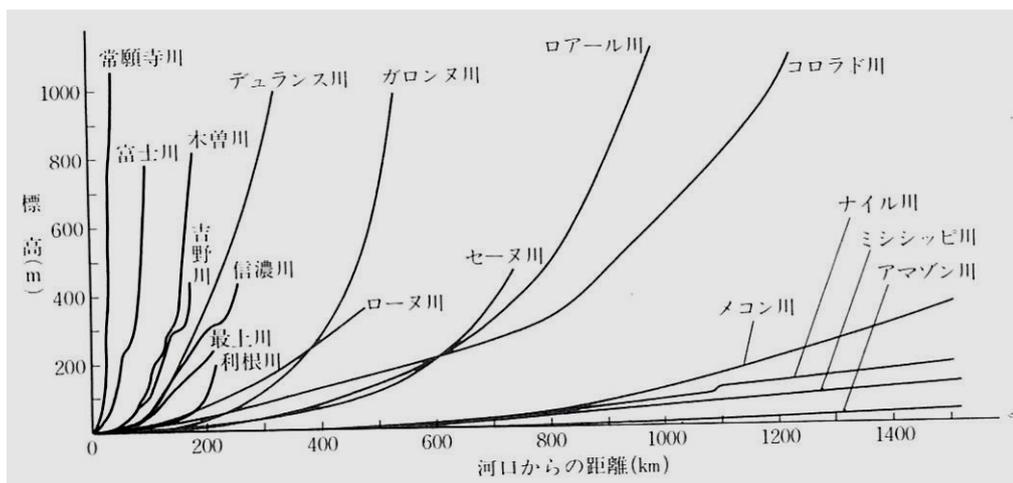


図9：世界の河川に見られる河口からの距離と標高との関係
（出典）阪口他『日本の川』岩波書店、1995年、220頁より転載。

3) 日本の河川と生物分布

一般に河川の生物分布に影響を与える非生物的な環境要因は、水流・水温・水質・水深・底質などがあり、これらの要因は独立にはではなく、互いに関係しあって生物の生活に影響を与えています。一方、河川の構造を「川の中に棲む虫の立場にたって、川というものが生活の場として虫にどう評価されているか、という発想で川を定義し分類しようと試みた人」(日浦, 1975, p.90)がいます。日本の優れた生態学者可児藤吉(1908~1944)です。河川の単位が瀬と淵の組み合わせとして認識できること、そして、この景観的な単位が河川の生物群集の単位となっているという可児の河川の見方は、河川を自然観察の場として使用する場合に忘れてはならないことかと思えます(日浦, 1975, p.77~108)。

淡水魚の分布については、淡水魚の特徴種をもとに奈良・和歌山両県を流れる吉野川河川水域の分類(河川型)を行なった例(津田編『水生昆虫学』, p.230)を表4に紹介しておきます。

日本の川と魚については、九州から北海道の代表的な河川にみられる淡水魚を写真とともに紹介している『川と魚の博物館』(渡辺, 1999)が参考となります。また、「生物多様性」という言葉を「生きものの賑わい」と表現してナチュラルリスト40年間の思索をまとめている岸(1997)のエッセイ『自然へのまなざし』には、氏がフィールドとしている鶴見川流域を例として、私たちがこれから河川とどのようにつき合っていってよいかを示す一つの考え方が語られています(同書, p.210~238)。エコインストラクターには一読をすすめたい本です。

表4：魚類の特徴種をもとに作られた河川水域の分類例
(出典) 奈良・和歌山両県を流れる吉野川の資料による(津田・御勢, 1954)
津田松苗『水生昆虫学』北隆館, 1983年, 230頁より転載。

	水域の性質					生息する魚類			地域	
	夏季水温()	透明度	深さ	流速	底質			移動魚		
アマゴ域	冷たい 10~20	透明	浅くて処々淵がある	速い	岩石礫	アマゴ アブラハヤ ヨシノボリ カジカ	カワムツ ウグイ アカザ シマドジョウ	↑ ウ ナ ギ ↓	大台ヶ原より大滝まで、 高見山より杉谷・平野・ 大又まで 赤滝、勢井付近	
オイカワ域	やや冷たい 18~25	概して 透明	深みのところが 増えるが、まだ 浅いところが多い	「速い」 ないし 「中庸」	石礫	スナヤツメ アマゴ カマツカ アブラハヤ カワムツ オイカワ ウグイ	ムギツク シマドジョウ スジシマドジョウ カマキリ カジカ ヨシノボリ アカザ			
コイ域	中庸 23~30	種々 濁る	やや深くなる ところどころに 浅いところがある	「中庸」 ないし 「緩慢」	礫砂	スナヤツメ ナマズ ギギ アカザ イチモンジタナゴドジョウ アブラボテ ヤリタナゴ ニゴイ ズナガニゴイ ホンモロコ タモロコ モツゴ カマツカ ムギツク	ウグイ オイカワ フナ コイ シマドジョウ スジシマドジョウ カマキリ ドンコ ヨシノボリ ウキゴリ チチブ ボウズハゼ			和歌山市付近
汽水域	暖かい 25~30	濁る 塩分を含む	深い	緩慢 潮汐の影響 がある	軟底 (砂,粘土,泥)	コイ域にいるものは大抵いる。 (ただしカマキリ、ウキゴリは除く) その他にアベハゼ、マハゼがいる。				

8、里山環境

里山とは何か。里山の定義は『生態学事典』(2004)の中で次のように述べられています。「繰り返し利用されてきた薪炭林やマツタケ山からなる林業的自然(里山林)とそれに隣接する田んぼ、田んぼの畦、ため池、ため池の土手、用水路などからなる農業的自然が結合した自然を里山という。この定義は、両者を利用する生物の生活に基づいている。里山はまた長年にわたる林業的活動と農業的活動を通して形成された歴史的・文化的景観でもある。奥山に対して人里近い森林を里山という定義もあるが、水源管理や刈敷きや落ち葉掻きを通して林業技術体系と農業技術体系は歴史的にもつながりをもっていたので、林業的自然と農業的自然を含めた自然を里山とする方が理解しやすい」(田端, 2004, 『生態学事典』, p.189)。

里山は学術英語としても「satoyama」が用いられているように、日本独自の景観(landscape)と考えられます。

図10に、里山内での物質循環を、また里山を一つの生態系とみて、里山生態系の機能(はたらき)を表5に示します。表5に示されている里山の機能には、生態系サービスに相当するものがあります。

生態系は、エネルギーや物質の固定・循環・分解、生物体の再生産を基本として様々な機能をもっています。これらのうち、生態系が人間に対し直接的あるいは間接的に与えてくれている無償のサービスを生態系サービスと呼びます。表6に生態系サービスの種類とそれを金額で評価した例を挙げておきます(『生態学入門』2004, p218~219)。

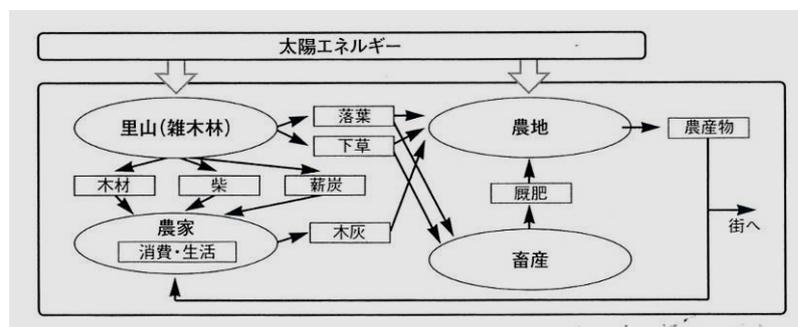


図10：里山を介した物質循環(只木,1998)

(出典)トヨタ自動車㈱『環境緑化プログラム・「里山ルネッサンス」報告書』

平成10年3月,47頁より転載。

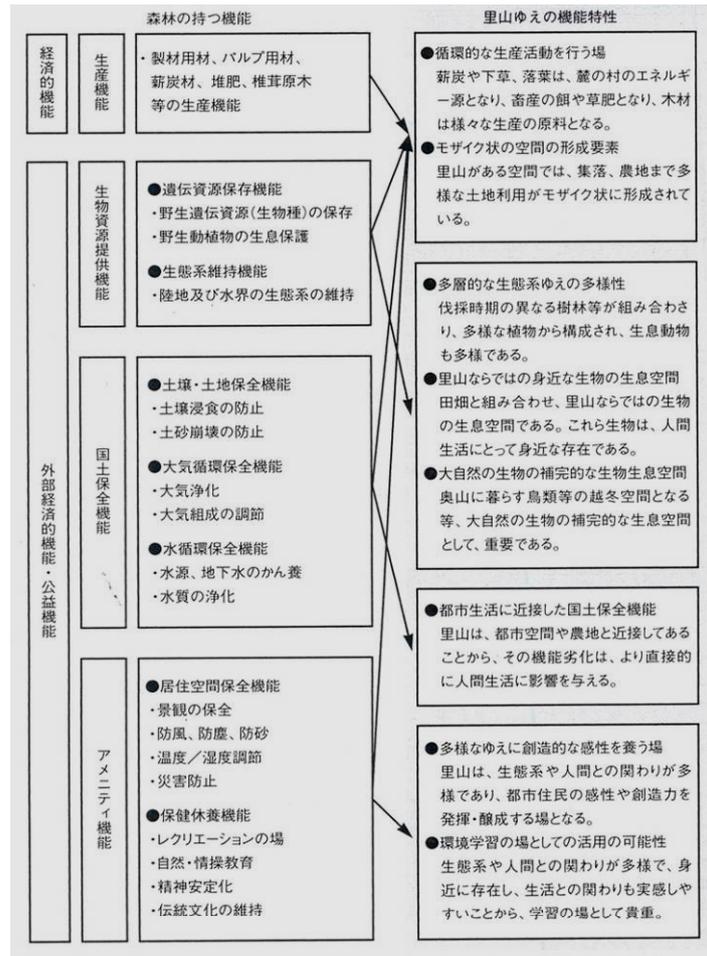


表5：里山の機能（生態系サービスの例）

（出典）トヨタ自動車㈱『環境緑化プログラム・「里山ルネッサンス」報告書』
 平成10年3月,47頁より転載。

表 6：生態系サービスとその評価額

(出典)日本生態学会編『生態学入門』東京化学同人,2004年,219頁より転載。

生態系サービスの種類	具体例	生態系サービスの評価額(10億ドル/年)
大気の調整	二酸化炭素と酸素のバランス、オゾンによる紫外線防御、硫酸化物濃度	1,341
気候の調整	温室効果ガスの量の調整	684
自然災害の調整	植物群落による嵐の被害緩和、洪水制御、干ばつ防止	1,779
水の調整	農業用水や工業用水の安定供給	1,115
水の供給	川や湖沼より水の供給	1,692
土壌浸食の制御	植物による土壌浸食の防止と湖沼や湿地の濁水浄化	576
土壌の形成	岩を風化させ、有機物を供給	53
栄養塩の循環	空気中の窒素の固定、リンなどの栄養塩の有機物への蓄積	17,075
廃棄物の処理	廃棄物処理、公害制御、無毒化	2,277
受粉	植物の受粉者を供給	117
生物の種の制御	キーストン捕食者などによる動物の個体数を制御	417
生物の避難場所	子育ての場、渡りをする動物の休息地、狩猟対象動物の避難場所などの提供	124
食料の生産	魚、鳥獣、作物、木の実や果物などの生産	1,386
天然素材	木材、燃料、飼料の供給	721
遺伝子資源	医薬品、工業原料、病虫害耐性遺伝子、飼育生物	79
レクリエーション	エコツーリズム、釣りなどの野外レクリエーション	815
文化	生態系の審美的、芸術的、精神的、教育的、科学的価値	3,015
合計		33,266

R.Costanza, *Nature*, 387, 253 (1997) より。

かつて、私たちの生活に様々な潤いと循環型の生活をもたらしてくれていた里山は図 11 のような変遷を経て、現在失われつつあります。このことは、保全生態学(鷲谷, 1999, p. 25)の領域でも日本における生物多様性衰退の最も大きな表れの一つとして捉えて、里山の保全を考える様々な試みが展開されています(田端, 1997, p. 133~175)。

里山に関する参考書は多々ありますが、里山の起源やスプリング・エフェメラル(spring ephemeral)と呼ばれるカタクリに代表される春植物が里山の雑木林の中でなぜ依存的に生育しているのかなど里山の自然史にも触れている守山(1988)、石井他(1993)、田端編著(1997)の参考書は必読のものかと思えます。また、多摩丘陵の一角にある都立平山城址公園周辺の私の散歩道をネイチャー・トレイルになぞらえ、里山の自然観察の観点を述べた拙著(北野・樋口編著, 2002)も参考にしてください。



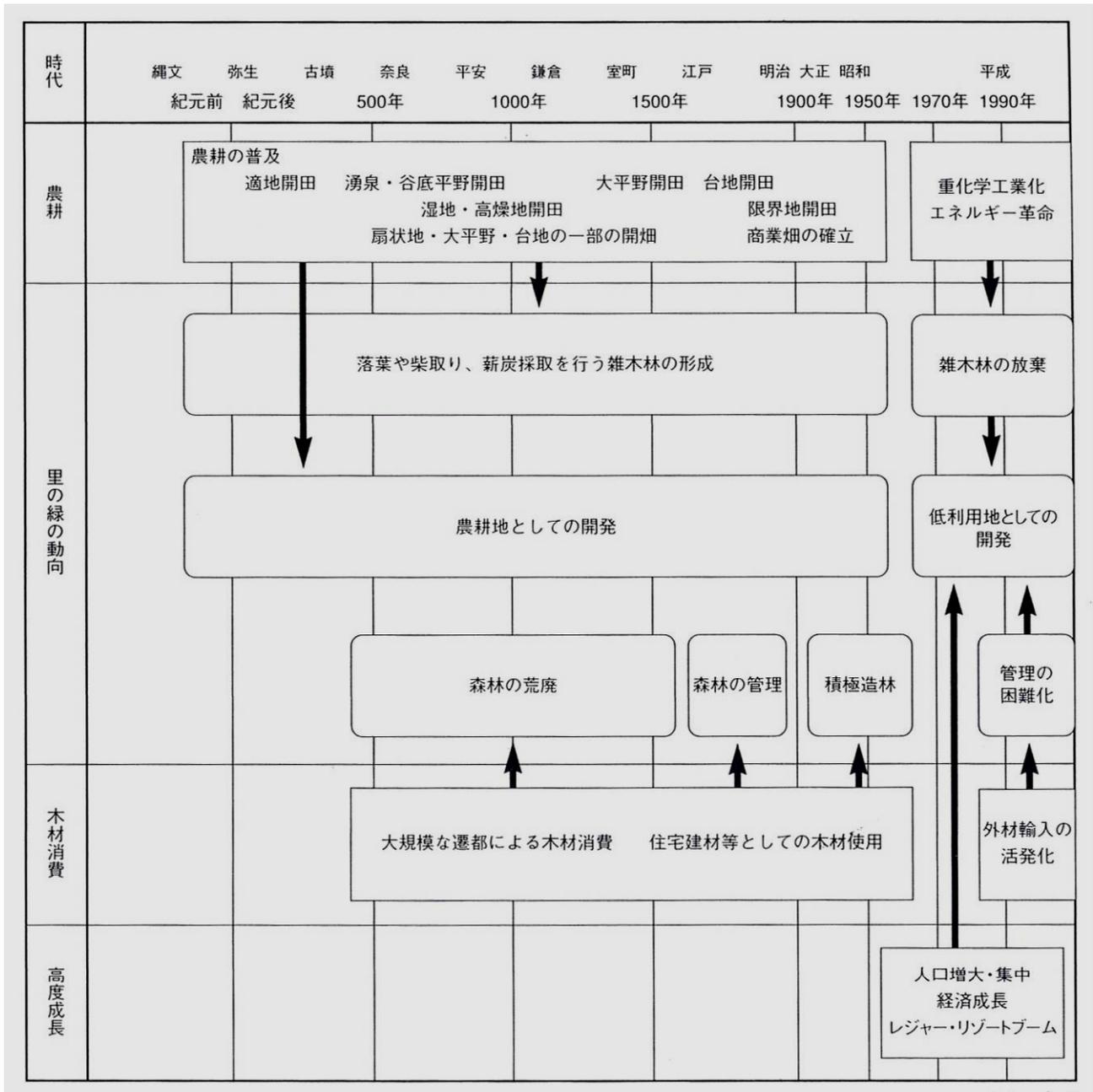


図 11：里山の変遷

(出典) トヨタ自動車『環境緑化プログラム・「里山ルネッサンス」報告書』

平成 10 年 3 月, 43 頁より転載。

【参考文献】

- 安見昭雄 『水のおはなし』(日本規格協会, 2004)
- 日高敏隆 (監修) 『日本動物大百科 昆虫 1』(平凡社, 1996)
- 日浦勇 『自然観察入門』(中公新書, 1975)
- 堀越増興・青木淳一 (編) 『日本の生物』(岩波書店, 1986)
- 今泉忠明 (監修) 『滅びゆく日本の野生動物』(成美堂出版, 1992)
- 石井実・植田邦彦・重松敏則 『里山の自然を守る』(築地書館, 1993)
- 巖佐庸・松本忠夫・菊沢喜八郎・日本生態学会 (編) 『生態学事典』(共立出版, 2004)
- 国立科学博物館 (編) 『日本列島の自然史』(東海大学出版, 2006)
- 吉良竜夫 『生態学からみた自然』(河出書房新社, 1971)
- 桐谷圭治 (編) 『日本の昆虫』(東海大学出版, 1986)
- 岸由二 『自然へのまなざし』(紀伊国屋書店, 1997)
- 北野日出男・樋口利彦編著 『自然との共生をめざす環境学習』(玉川大学出版, 2002)
- 京極徹 (編) 『図説日本の野鳥』(河出書房新社, 2000)
- 守山弘 『自然を守るとはどういうことか』(農山漁村文化協会, 1988)
- 日本生態学会 (編) 『生態学入門』(東京化学同人, 2004)
- 太田次郎 (監修) 『図解フォーカス 生物』(啓林館)
- ピルー E. C. (古草秀子訳) 『水の自然誌』(河出書房新社, 2001)
- 阪口豊・高橋裕・大森博雄 『日本の川』(岩波書店, 1995)
- 田端英雄編著 『里山の自然』(保育社, 1997)
- 只木良也 『森の生態』(共立出版, 1973)
- 津田松苗 (編) 『水生昆虫学』(北隆館, 1983)
- 上山春平 (編) 『照葉樹林文化』(中公新書, 1978)
- 鷺谷いづみ 『生物保全の生態学』(共立出版, 1999)
- 渡辺昌和 『川と魚の博物誌』(河出書房新社, 1999)

【お奨め図書】

- 白尾元理・斉藤靖二・小疇尚 『日本列島の 20 億年』(岩波書店)
- 山下昇編著 『フォッサマグナ』(東海大出版)
- 深田真・小原秀雄 『東京の生物史』(紀伊国屋書店)

SS 1 0 資源管理の考え方と仕組み

執筆者：宮川浩氏（財団法人自然環境研究センター）

地域の資源(自然や文化、歴史等)をプログラムとして組み立て、来訪者に魅力的に伝えるということは大切なことですが、一方で、その資源が利用により消耗しないように管理することも重要です。ここでは、資源管理の考え方や基本的な仕組みについて学習します。



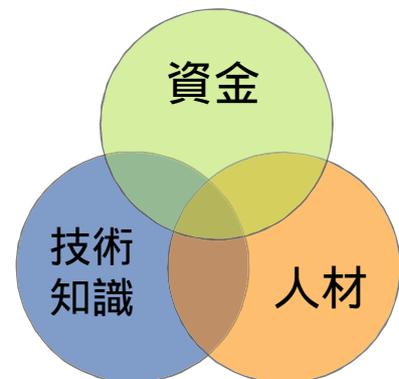
1、なぜ、資源管理か

近年、旅行商品の中で、自然や地域社会で行われる体験プログラムが注目されています。従来型のツアーに比べて、訪れた地域の自然や文化に直に触れることができますが、その分、対象となる資源に対して一定の負荷がかかるという点にも留意しなくてはなりません。

実際に、踏圧による裸地化や、ナイトプログラムによる野生動物への影響など、資源への負荷を懸念する声が大きくなっていることから、体験プログラムの振興と併せて、資源管理の必要性が高まっています。

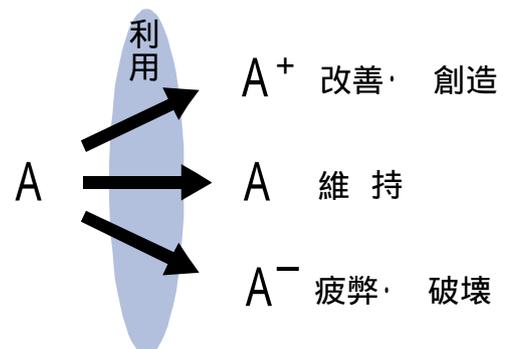
資源管理は、継続的な取り組みを担保する資金、管理計画を企画・実施する知識や技術、そしてそれを持ち合わせ、実働する人材が必要となります。また、対象となる資源の所有者・管理者、行政、事業者、住民等の理解・協力が不可欠であり、関係者の合意を得ながら進めていくことが求められます。

資金の確保の手段は様々で、土地管理者からの資金拠出、トラスト制度、受益者負担の考え方に基づいた環境協力金制度の導入等が挙げられます。



2、基本的な考え方

資源は利用によって何らかの影響を受けるということが前提となります。右図のように、利用圧により疲弊・破壊されることが一般的に想像されますが、適切な資源管理によって、現状を維持すること、或いは改善・創造することも可能となります。疲弊・破壊については、その原因を特定し、予防策や復元措置を講じることで、状況を改善することができます。



1) 改善・創造

清掃活動や植林活動等、環境保護・保全型プログラムの提供により、結果として現在の資源に対してプラスの影響をもたらしている状況。

2) 維持

環境負荷の高いプログラムに対して整備されたトレイルを利用するなどの方法で、資源に対してプラスの影響、マイナスの影響いずれも生み出していない状況。

3) 疲弊・破壊

利用人数や形態が環境容量を超えるプログラムの提供により、資源に対してマイナスの影響をもたらしている状況。

全ての資源に対して同様の管理方法を導入するのではなく、利用圧に対する耐性や、管理の重要度に応じて適切な方法を選択することが重要です。管理計画の策定において大切なのは、関係者が対象となる資源の“あるべき姿”について共有し、それに向けた取り組みのプロセスを合意の上で進めることであるとと言えます。



写真：仲間川地域保全利用協定」に向けた話し合い
保全利用協定締結（事例参照）のため、事業者及び住民、自治体等が集まり、資源の利用と保全についての話し合いを行う。

3、資源管理の方法

資源管理の方法は、取り組みのステージにより、「予防」「実践」「評価」「修復」の各段階に整理することができます。対象となる資源特性や利用形態によって、適切な方法を選択します。実際には、資金や技術・知識、人材等により実践可能な選択肢は制限されることが多いですが、まずは「できることから始める」ということも大切です。エコツーリズムの導入・推進を進めている地域の中には、専門家の助言を受けながら、事業者間のルール作りや、日常的な資源の観察・記録といった取り組みを始めているところもあります。

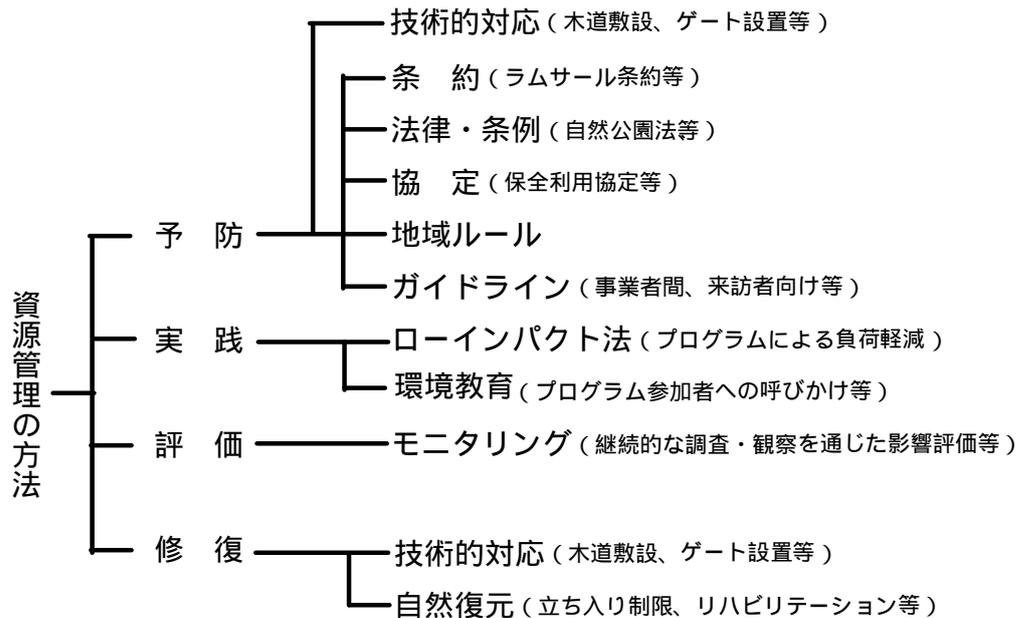


図1：資源管理の方法

1) 予防段階 ~法律に基づく保護地域と、関係者の自主的な「協定」~

近年、エコツーリズムを導入・推進している地域では、資源への影響を予防する手段として、法律に基づいた保護地域のほかに、エコツアー事業者等が自主的に「協定」「地域ルール」等の仕組みを作る取り組みが盛んになっています。策定主体は自治体であったり事業者間ネットワークであったり様々で、また強制力の有無も仕組みによって異なっています。予防的措置として、このような仕組みづくりは各地で行われていますが、協定・地域ルールガイドラインといった名称については、整理されていない状態にあります。大切なのは、資源管理者や資源利用者である事業者等が仕組み作りのプロセスに主体的に参画することであると言えます。

(1) 自然環境保全に関係する保護地域制度

わが国では、自然環境保全のために保護地域制度が設けられています。多くの保護地域制度は、原生的な自然環境や森林生態系の保全、狩猟に対する鳥獣の保護、水源地や砂防地の森林保全、学術的価値の高い文化財の保護等が目的であり、指定対象の地域・動植物等を観光活動に利用することは、基本的に前提としていません。

自然体験等の利用を前提とする保護地域には、自然公園（国立公園、国定公園、都道府県立自然公園）があります。自然公園内では、優れた風景を保全するために、工作物の設置、伐採、埋立、土地の改変、広告物の掲出などの開発行為が主な規制対象とされてきました。

表 1：自然環境保全に関する保護地域制度の概要

地域指定制度	根拠法など	担当省庁	目的	自然体験などの利用
自然環境保全地域	自然環境保全法	環境省	人間活動の影響を加えずに保全することが必要な自然環境の保全	前提としない
自然公園	自然公園法	環境省	優れた自然の風景地の保護とその利用を増進し、国民の保健・休養・教化に役立つこと	前提とする
生息地等保護区	種の保存法	環境省	生息地等の保護による国内希少野生動物種の保存	前提としない
鳥獣保護区	鳥獣保護法	環境省	狩猟等に対して、鳥獣の保護繁殖を図ることが目的	前提としない
保安林	森林法	林野庁	水源涵養、土砂の流出・崩壊の防備などに必要な森林の保全	前提としない
保護林	国有林野管理経営規定	林野庁	学術の研究、貴重な動植物の保護などを目的として、区域を定めて禁伐等の管理を行う国有林	前提としない
名勝・天然記念物	文化財保護法	文化庁	芸術上・観賞上で価値の高い名勝地や、学術的価値の高い動植物等の保存	前提としない

（２）自然公園と「利用調整地区」

近年、エコツアー等によって深い自然体験を求める利用者が増加してきたことで、観光等の利用圧から脆弱な自然地域を保全するために、国立・国定公園の特別地域内で一定の区域を設定して、観光等を目的とした立入りを認定制とする「利用調整地区」制度が、平成 14 年の自然公園法改正で設けられました。しかし、吉野熊野国立公園の西大台地区で平成 19 年 9 月から運用が始まった以外には、まだ利用調整地区制度が導入された地域はなく、各地で議論が進められているところです。

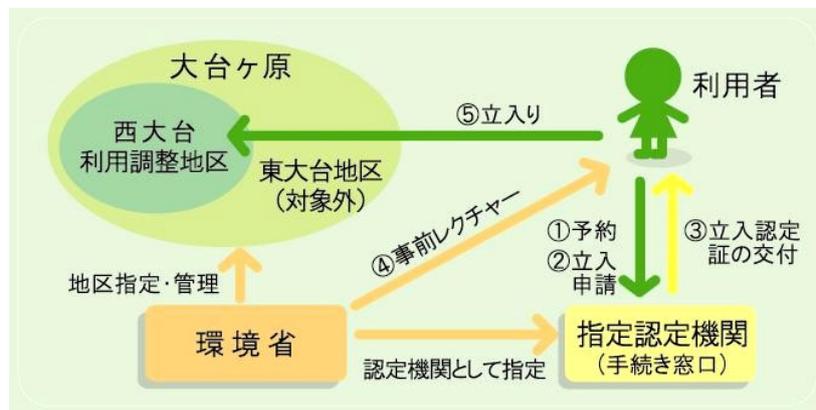


図 2：吉野熊野国立公園西大台地区の利用調整地区の概要

事前予約：事前に電話で利用希望日、立入り目的、立入り人数等を連絡・予約。
立入申請：手数料（1,000 円）を支払い、立入申請書を提出。
認定書交付：指定認定機関が「立入り認定証」を交付。
事前レクチャー受講：立入り前に、大台ヶ原ビジターセンターでレクチャー受講（義務付け）。
立入り：平日 30 人・土日祝日 50 人、春の連休・夏休み（お盆周辺）・紅葉シーズンの平日は 50 人・土日祝日 100 人が上限。なお 1 団体あたり最大 10 人まで立入り可能。

(3) エコツアー事業者などによる自主的な協定・ルールづくり

前述のように、法律・条例等で設定された保護地域の多くは、開発行為の規制が主眼であり、エコツアー等の観光利用に対するきめ細かな管理には、必ずしも対応できていません。そのため、保護地域制度に加えて、各地域の事情に応じて「協定」「地域ルール」の設定など、エコツアー事業者等の自主性に基づいた仕組みを作ることが重要です。エコツアー等で利用する場所には、その他の観光形態で利用している事業者や、生活・生業の場として利用している地元住民、その場所（土地）を所有している個人や自治体等、様々な関係者が存在します。こうした人々との間で、「共通の資源を良好な状態で保全しつつ、持続的に利用することがお互いの利益に繋がる」という観点に立って、関係者間の話し合い（利害調整）の場を設けて「協定」「地域ルール」を検討することが求められます。

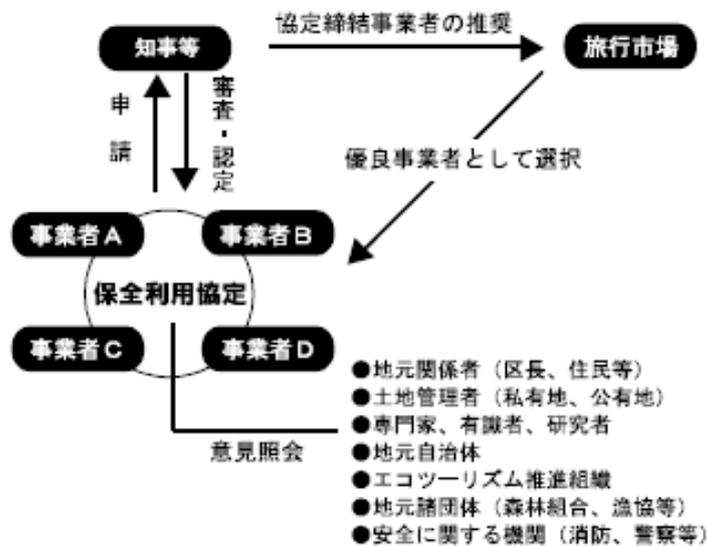


図3：関係者による自主的な協定・ルールづくり

【事例紹介 - 沖縄県の保全利用協定】

利用による資源への負荷を軽減するための一つの措置として、保全利用協定が挙げられます。これは、同じフィールドを使用する事業者同士が、資源に関係する各主体（地元住民や資源管理者、自治体等）と連携・協力しながら、共通の利用ルールを作成し、これを資源の適正利用の担保とするものです。作成された利用ルール「保全利用協定」は、単なる自主ルールではなく、内容の妥当性が検討された結果、県知事等首長の認定を受け、観光促進方策の中で協定締結事業者は旅行市場に推奨されることとなります。一方、認定された保全利用協定の締結事業者には、継続的な資源の影響評価と管理を行うことが求められます。

保全利用協定とは・・・

「環境保全型自然体験活動を行う場所の適正な保全と利用を行うために、地域住民・関係者からの意見を適切に反映しつつ、事業者間で自主的に策定・締結するルール」と定義づけられています。平成14年4月より施行された新「沖縄振興特別措置法」に主要な施策として盛り込まれ、法的な裏づけのある制度です。

平成 16 年 2 月、沖縄県八重山諸島、西表島の仲間川を利用する民間 5 事業者により「仲間川地域保全利用協定」が締結され、同年 6 月、県知事の認定を受けました。自然環境や地域の産業、参加者の安全、プログラムの質の向上などを盛り込んだ同協定は、国内第一号の事例となっています。

事業者が主体的に自主ルールを作る保全利用協定の枠組みは、近隣の事業者同士及び関係者のネットワーク化を進める上で非常に有効です。同時に、同じテーブルで保全と利用の在り方を検討すること自体、とても意義のある取り組みであるといえます。様々な立場や意見の違い、利害関係を超えて合意形成を行うことは、とても難しいことですが、バランスの取れた資源管理を進めるためには必要条件であり、全国に波及することが期待される仕組みです。



写真：
観光PRのホームページで協定締結事業者の紹介を行い、優良事業者として市場に推奨する仕組み。(沖縄観光コンベンションビューローHPより)
<http://www.ocvb.or.jp/index.php>

事例執筆：ホールアース自然学校 平野達也

2) 実践段階 - エコツアー等実施上の自然環境への配慮

エコツアー等を実践する際には、ガイドする者がツアープログラム実施の際に、出来る限り自然への影響を少なくしようとする「ローインパクト法」、ガイドのインタープリテーションの中で参加者に対して環境保全のメッセージを発する「環境教育」などの手法があります。

また、自然環境保全の担い手が不足している地域などでは、土地所有者や自然環境の管理主体などが、ツアープログラムそのものに環境保全活動を取り込み、ツアーガイドやツアー参加者に、環境保全活動への担い手として積極的に参加してもらう取り組みも行なわれています。

【「ローインパクト法」事例紹介 Leave No Trace】



「アウトドアレクリエーションは環境にダメージを与えないという考えはもはや維持できない」

Curtis H. Flather & H Ken Cordel

Leave No Trace とは

Leave No Trace を日本語に直訳すると「形跡を残さない」という意味です。これは、来訪者による自然へのインパクトを最小限に抑えるための対処法として考案されたプログラムで、1960年代アメリカのユタ州で始まりました。この頃アメリカでは、年々アウトドアを楽しむ人口が増え続け、自然界に残るビジターインパクトが大きな問題となっていました。そこで考案されたのが、7つの原則をもとに構成された Leave No Trace プログラムです。これは、新たな概念や革新的なアイデアを導入しているものではなく、ごくごく当たり前の概念で構成されています。しかしながら、これらの原則や手法は科学的な根拠をもとに構成されています。現在、Leave No Trace プログラムは、アメリカ国内のみならず、世界各地に普及し多くの国立公園などで実施されています。

なぜ、Leave No Trace が必要か

自然を愛する気持ちが、自然を破壊する・・・

近年、アウトドア人口の増加にともない、地域の自然資源を利用した野外体験プログラムも増え続けています。しかし、これらの体験プログラムの多くは、アクティビティ重視が先行しているのが現状です。来訪者が増加することによって発生する踏圧による植生への影響、ゴミ問題などオーバーユースによる自然へのインパクトはあとを絶ちません。これらの対処法として、各地域で新たな規制や保護といった事後処理的な手法で実施されていますが、今求められているのは、これらに加え、野外でのマナーの実践を交えた一つの「教育プログラム」として確立させていくことです。

参加者は、事前に Leave No Trace 7つの原則から一つずつテーマを与えられ、実際にフィールドで各自プレゼンテーションを行い、実践を交えながら学んでいきます。



写真：北海道酪農学園大学 環境システム学部 生命環境学科 Leave No Trace 体験プログラムに参加

(2007年9月)

Leave No Trace 7つの原則

1. 事前の計画と準備(Plan Ahead and Prepare)

事前の計画や準備をすることで、自然へのインパクトをどのような形で抑えることができるのか。
(例：地図やコンパスを準備することで、マーキングを残さずにすむ)

2. 自然に優しいルートセレクション(Travel and Camp on Durable Surfaces)

踏圧は植生にどのようなダメージを与えるのか。またいかに自然へのダメージを抑えてA地点からB地点へ移動するか。(例：手付かずのフィールドは分散して利用する)

3. 排泄物の適切な処理(Dispose of Waste Properly)

景観や生態へのダメージを抑えるため、ゴミや食べ残しの処理、また来訪者の排泄物の処理はどのような方法が考えられるのか。

(例：自然の分解能力を利用した簡易トイレ、キャットホールを使用する)



排泄物の処理
例：キャットホール
自然の分解能力を活用

4. 自然界のものはそのままに(Leave What You Find)

地域の歴史と深く関わっている文化財、鳥の羽、化石、また珍しい植物等をそのままの形で自然界に残しておくということの重要性とは何か。(例：共有財産である自然界のものは、バックパックの中ではなく、カメラや記憶の中に納める)

5. 必要最小限のキャンプファイア(Minimize Campfire Impact)

キャンプファイアを行った跡の景観が他の来訪者にどのような影響を及ぼすのか。また自然への影響はどうか。(例：インパクトの少ないLeave No Trace マウンドファイア法を使用する)

6. 野生生物の尊重(Respect Wildlife)

自然界の主役は誰なのか。自然界の侵入者である私達人間が生態に悪影響を及ぼさないためにどのような行動を取るべきか。(例：グループサイズ、食料の適切な管理、野生動物との適切な距離)



自然界のものはそのままに

7. 他のビジターへの配慮(Be Considerate of Other Visitors)

各自の体験談などをもとに、どのような態度や行動が他の来訪者にとって好ましいのか。

事例執筆：Discovery U 白木美恵子

【事例紹介 - 草原景観維持・管理作業を取り込んだツアープログラム】

阿蘇くじゅう国立公園の阿蘇地域は、雄大な草原景観が地域の大きな魅力です。この草原は、平安時代から続くといわれる放牧、採草、野焼きなどの営農活動で人間が手を加えることで維持されてきた「半自然草地」です。また、阿蘇の草原には、ハナシノブやヒゴタイ、ツクシマツモトなどの希少植物や草原特有の野鳥や昆虫などが生息・生育しています。

しかし、農業形態・生活様式の変化や、畜産農家の高齢化や若者の都市部への流出等による草原の維持管理の担い手不足などから、国立公園としての草原景観の変化(草原の減少、管理放棄地の増加など)、草原生態系の変化(草原性の希少植物や、草原を生息場所とする野鳥や昆虫の減少)が生じています。

このような状況に対して、環境省では阿蘇の草原再生事業に取り組んでおり、その一環として、草原を維持管理している地元牧野組合と協力し、維持管理作業の担い手不足を補うため、都市住民が草原維持管理に参加する仕組みを作るツアーに取り組み始めています。

平成 17 年 9 月には、地元牧野組合の協力のもと、東京・大阪・福岡から 13 名が参加し、3泊4日で次のようなプログラムでツアーが実施されている。

阿蘇の草原の成り立ちや現状を学ぶ

草原維持管理作業支援 - 「輪地焼き」や、採草活動のお手伝い

野草の観察会

阿蘇の自然と文化の関わりを学ぶ「青空学」

阿蘇の赤牛のバーベキュー

地元畜産農家や地元ボランティアとの意見交換会

ツアー最終日には、「阿蘇の草原を保全すべきか否か」というテーマで、「反対派」「賛成(地元住民の立場)」「賛成(ボランティアの立場)」「賛成(自然保護の立場)」の4班に分かれてディベート形式の討論会や、阿蘇の魅力を人に伝えるキャッチコピーの発表会を行っている。



写真：阿蘇の草原の成り立ちや現状について学ぶ



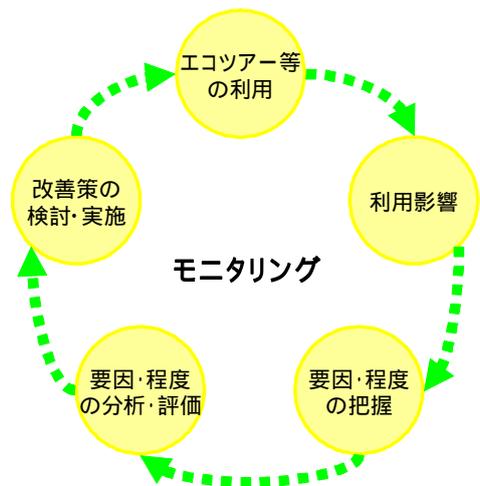
写真：「輪地切り・輪地焼き」の支援

阿蘇では春の「野焼き」に先駆けて、火が近くの山林等に燃え移らないよう、秋には幅 10m の带状に草を刈り「防火帯」を作ります。この防火帯づくりを「輪地切り」といい、その草を 1 - 2 週間乾かして、その後、草をよせて、火をつける。この作業を「輪地焼き」という。

3) 評価段階 - モニタリング(継続的な調査・観察を通じた影響評価)

エコツアー等の自然体験活動は、環境に対して負荷を少なくすることを目標として実施されますが、それでも人が自然環境に入り込む影響は徐々に累積していきます。エコツアーとして利用する場所・資源を保全管理しつつ、持続的に利用してゆくためには、こうした人為の影響等による資源の変化の程度や影響の状況・内容等を常に把握(モニタリング)する必要があります。

その結果、問題点や著しい影響が発見された場合には、関係者との調整を図りつつ、ルールの見直し、利用者数の制限、一定期間の利用中止、植生復元や登山道の修復など、各種保全管理対策を進める必要があります。



(1) 資源管理におけるモニタリングの考え方

モニタリングでは、影響評価のために把握したい対象を定めて調査スキーム(調査目的・調査地点・調査対象・調査方法・調査の頻度や間隔・分析や評価方法など)を決め、継続的に調査を行うことが必要です。モニタリングは、一定の期間において同じ調査を繰り返すことで変化や影響を把握する事が目的であるため、初期段階のデータをとっておくことや、調査手法を途中で大きく変更しないことが求められます。エコツアーの資源管理においてモニタリングが必要な項目・手法として、次のような事項が考えられます。

- エコツアーを実施している地域への入り込み人数の変化(乗降客数、宿泊者数など)
自治体等の統計データ
- エコツアー関連事業者数の変化
自治体や地元推進団体等の統計データ
- エコツアー実施場所(ツアーサイト)への入り込み数の変化(事業者数、入り込み客数)
現地調査・関係者へのヒアリング
- 動植物の生息・生育状況の変化
現地調査
- エコツアーサイトやトレッキングルート周辺の植生・景観変化
現地調査
- トレッキングルートの変化(土壌の浸食や、ルートの拡大・複線化)
現地調査

簡単な調査はガイドなどが実施することは十分可能です。その結果、問題や影響が見られる場合には、詳細な調査や分析を行政や専門家に依頼できるよう、エコツーリズム協会等の地元推進団体を通じて、日頃から関係機関との協力体制を作っておく事が重要です。

(2) 簡単なモニタリング手法 定点写真の撮影など

誰にでもできる簡単なモニタリング手法の1つに、定点写真の撮影があります。影響を把握したい対象・場所(例：植生、登山道など)を決め、それを撮影する場所(定点)を決めます(定点には、目印となるもの(例：杭など)を設置しておくといでしょう)。撮影する頻度(例：1ヶ月に1度など)を決めて写真を撮影します。撮影された写真を時系列で並べて比較することで変化を把握します。最初の状態からどれだけ変化したか、数値的(定量的)な変化を把握するには向きませんが、景観や植生の変化、登山道の複線化やはみ出しによる拡幅などの状況把握には効果があります。



6月撮影



9月撮影



10月撮影

また、登山道などでは、上記の定点写真による植生変化や拡幅・複線化などの状況と合わせて、一定の場所の登山道の幅や深さを記録しておくといでしょう。利用者の多い登山道などで、土壌の踏み固めによる影響が懸念される場合、土壌の硬度を簡単に測れる道具として、「山中式土壌硬度計」が市販されています(2~4万円程度：写真)。先端のとがった部分を土壌表面に垂直に押し付けるだけで土壌の硬度が測定できます。



4) 修復段階 技術的対応と自然復元

モニタリングによって、利用資源に深刻な影響が確認された場合には、利用場所の修復を図ることになります。これには、木道を設置して人の通る場所を限定したり、入り口にゲートを設けて入場を制限するなど、施設整備によって荒廃した場所の回復を促す「技術的対応」と、エコツアー事業者らの自主協定やルールを見直すなどで一定期間の立ち入りを制限して荒廃した場所の回復を促す、あるいは、荒廃した場所に元々生育していた植生を植える等によって回復を促す「自然復元」といった方法があります。いずれの方法も、ツアーガイドだけで取り組めるものではありませんし、どれか1つの対策だけでなく、いろいろな対策の組み合わせが求められる場合があります。関係行政機関や土地所有者などとの協議・調整の場を設けて、問題の生じている場所や内容に最も適した方法を検討することと、対策の実施に当たってはエコツアー事業者や関係行政機関、土地所有者など、各々の立場で適切な役割分担をすることが求められます。

【事例紹介 - 登山道整備による植生の回復】

中部山岳国立公園は、わが国でも有数の山岳国立公園である。1960年代の登山ブームから多くの登山客が訪れ、登山道から外れて歩く登山者も多く、登山道周辺の植生が踏み荒らされて裸地化が進んでいた。その状況は空中写真から見ても明確に判別できる状態であった。

昭和50年代初頭に登山道を整備し、登山道脇にロープを張って、登山者の登山道外への踏み出しを防止することで、平成7年頃には登山道周辺の植生が回復・定着し、平成11年頃には、空中写真でも、登山道周辺の植生が回復していることが判るようになった。

コンクリート等で固めた登山道の整備が、国立公園の原生的な山岳景観に馴染むか否かという議論もあるが、一方で、施設整備によって周辺植生の回復に効果がみられた事例である。



写真：

左上：室堂から一の越（昭和51年の登山道整備当初）

右上：室堂から一の越（平成7年には周辺の植生が回復）

左下：弥陀ヶ原（昭和50年の空中写真。登山道周辺が白く幅が広がっている）

右下：弥陀ヶ原（平成11年。登山道周辺の植生が回復している）

参考となる Web サイトなど

エコツーリズム全般・エコツーリズム資源管理の考え方など

エコツーリズム推進マニュアル <http://www.env.go.jp/nature/ecotourism/manual.html>

日本の保護地域制度など

生物多様性情報システムー日本の自然保護地域 <http://www.biodic.go.jp/jpark/jpark.html>

未来に引き継ぐ大自然 国立公園 National Park of Japan <http://www.env.go.jp/park/>

吉野熊野国立公園の公園計画の変更（西大台利用調整地区指定）に係る中央環境審議会の答申について http://kinki.env.go.jp/pre_2006/1214a.html

西大台利用調整地区ガイド <http://kinki.env.go.jp/nature/odaigahara/pdf/course/zentai.pdf>

種の保存法の解説 <http://www.env.go.jp/nature/yasei/hozonho/index.html>

国民の森林・国有林 自然環境サイトー保護林

http://www.rinya.maff.go.jp/j/kokuyu_rinya/index.html

保安林制度 <http://www.rinya.maff.go.jp/seisaku/sesakusyokai/tisan/tisan2.htm>

文化庁 文化財の保護

<http://www.bunka.go.jp/1hogo/main.asp%7B0fl=show&id=1000007258&clc=1000011213&cmc=1000011725&cli=1000007246&cmi=1000007255%7B9.html>

保全利用協定など

沖縄観光情報 Web サイト真南風プラスー仲間川地区保全利用協定

<http://www.ocvb.or.jp/card/ja/0600000394.html>

東京都のエコツーリズム（小笠原諸島や御蔵島における、東京と地元自治体との間で結ばれた、自然環境保全促進地域の適正な利用に関する協定や、ルールに関する協定）

http://www2.kankyo.metro.tokyo.jp/sizen/eco/eco_index.htm

屋久島地区エコツーリズム推進協議会（屋久島のガイド登録・認定制度。認定・登録に当っては 7 項目の登録基準を満たすことと、15 項目のガイド共通ルールを遵守することが義務付け等）

http://www.yakushima-eco.com/yakushima_fl/D_about_05/D_about_05.html

保全活動を取り込んだプログラム

阿蘇草原再生 子供達へ引き継ぐ千年の草原 <http://www.aso-sougen.com/>

登山道の保全や修復

大雪山国立公園連絡協議会 <http://www.daisetsuzan.or.jp/>

（大雪山は環境行政、地元関係行政機関、観光協会・山岳会等による登山道対策が充実）

【お奨め図書】

『自然公園シリーズ 1 登山道の保全と管理』渡辺悌二編著 古今書院

『自然公園シリーズ 2 利用者の行動と体験』小林昭裕・愛甲哲也編著 古今書院

『自然公園シリーズ 3 国立公園の法と制度』加藤峰夫 古今書院

SS 1 1 地域プロデュースの方法

執筆者：高橋充（株式会社南信州観光公社専務取締役）

地域の自然・文化等の資源を活かした体験プログラムの提供は、観光産業の発展や地域活性化に向けた重要な要素となり得ます。しかし、単にプログラムを準備するだけでは不十分で、そこには継続的な受け入れ態勢の整備や、市場に対する PR・販売のシステムが必要です。ここでは、地域を「プロデュース」という視点に立ち、南信州観光公社の事例からその考え方、方法を学びます。

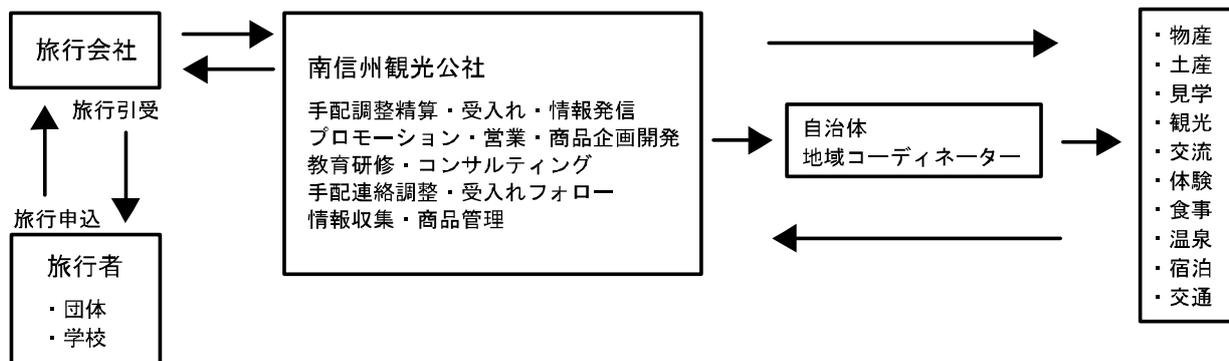


1、地域プロデュースの基本的な考え方

地域プロデュースについて、体験型観光を切り口に話を進めていきます。ここで言う体験型観光とは観光施設型のものではなく、実際その地に住む人々の生活や営みに触れ、ありのままを体験するというスタイルのものを指します。そして、そうした本物志向の体験プログラムを行うことを旅の目的として人々がその地へ訪れ、そこから飲食、土産そして宿泊へと消費活動が地域全体へ広がっていくことが、この取組みを行う上での大きな目的となります。こうした広い範囲に及ぶ取組みを一つの施設や事業所だけで行うには無理があり、行政や民間を問わず様々な立場の人々が共鳴して関わりを持てるような理念を確立することが必要とされ、これを取りまとめて牽引していく立場の人・組織の存在が不可欠です。そうした人・組織に望まれるのは、地域内での調整・啓発活動は当然ですが、地域と都市(市場)をつなげる役割なのです。

2．体験プログラムの受入システム（南信州観光公社の事例）

1) 受入システムの構図



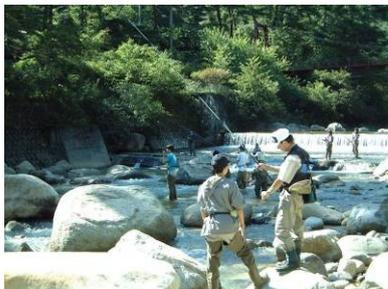
前頁のシステム図は南信州観光公社での体験プログラムの受入の流れを表しています。簡単に解説しますと、南信州観光公社の枠の左方は地域外部の関係を表しています。体験プログラムの利用希望者は旅行会社に旅行申し込みを行い、旅行会社はそれを引受け、南信州観光公社へ発注します。次に右方に目を移しますと、右端の枠には上から順番に物産、土産・・・交通とありますが、その中でも交流と体験の分野が、いわゆる体験プログラムにあたります。その担い手は地元の農家や職人、地域おこしグループや愛好会組織などのごく普通の地域住民が殆どです。そうした方々にプログラムの受入を依頼するにあたって、南信州観光公社は直接交渉をする場合もあれば、図中にある自治体・地域コーディネーターを通じて交渉をする場合もあります。自治体・地域コーディネーターとは行政・民間を問わず、南信州観光公社との打ち合わせを通じて、その地域の体験受入先の人々との受入調整をする人或いは組織のことを指します。そうした交渉の結果及び経過を踏まえて先の旅行会社からの発注を受注していくわけです。その後、実施までの打合せから精算までを南信州観光公社が地域内・外双方の窓口となって行っています。

2) 体験プログラムと受入システムの両立

ここで大切なのは、体験プログラムを企画することと、受入システムを組織化することが、双方バラバラであっては、決して事業としては前に進まないということです。それを並行して進めていくにはいくつかのポイントがありますので、ここで三点ほどご案内します。先ず一点目にはプログラム理念の確立が挙げられます。本物体験を標榜する以上、中味の質が問われますし、又その担い手が一般の方であれば、継続的に取り組めるものでなければなりません。その両方を解決する一番の方法は、ありのままを体験することです。そのためには体験の目的と価値観を共有することや、体験受入の心構えを確立することが大事になります。次に二点目として、1)に挙げましたが、受入システムと窓口組織の確立が必要です。窓口組織は行政でも民間でもその地域の実情に合わせた形で結構かと思いますが、地域住民へ協力の取り付けを考えると、最初は行政主体の方がやり易いかと思います。そしてその窓口組織が一点目に述べたようなプログラム理念をしっかりと持ち、受入協力者を探していくことが不可欠です。最後に三点目には事業化を図ること、つまり窓口組織が継続的に窓口機能を発揮できる環境を整えていくことです。地域の協力が生命線である以上、受入先の確保が課題となります。それをできるだけ円滑に進めていくためには、受入地域を広域に展開していくことが必要であり、そのことにより利用者数が増加すれば結果として窓口組織の収入増につながり、自立した組織になっていきます。

3) 受入の現場

体験プログラムの現場の様子を以下に紹介します。それぞれに特色があるプログラムですが、どれも共通するのは、体験する人がありのままを体験し、それにインストラクター、或いは受入農家として関わる地域の人々が存在しているということです。



写真：5名1組で行う溪流釣り(自然の川)



写真：プロの職人の工房で行う草木染



写真：少人数での農家民泊



写真：粉から打つ蕎麦



写真：囲炉裏・釜戸を使って昔の生活

3、販売促進の方法

これまでは地域プロデュースの基本的な考え方や、具体的なプログラムの中味、受入システムのあり方についてお話ししてきましたが、いくら受け入れ体制を整えたところでそれが絵に描いた餅のままでは、早晩熱も冷め、過去の物語となってしまいます。折角盛り上がった機運をさらに上昇させる為の手段として、ここでは実際の誘客活動についてお話しします。極端な言い方をすれば、とにかく誘客をしてから実際の受入を考えるくらいの販売に対する積極性も必要です。考え方として着地型旅行（ ）としての体験型観光の利用増進を現地組織がどこまで図れるかということに絞ってお話をしますが、はじめにお断りしておきますと、セールスに王道はありませんのであくまでも参考程度に留めておいてください。

着地型旅行・・・ここでは、「受入れ地域内で提供され、地域資源の魅力・価値を組み込んだ旅行」という意味で使用しています。

1) セールス対象について

先ずどんな団体を攻めるのか、個人向けなのか、団体向けなのか、団体向けとすれば学校を中心とした教育旅行市場なのか、一般旅行団体なのか、といったところをある程度は頭に置いておくことが必要です。私の考えとしては団体旅行、中でも教育旅行市場から最初は考えていった方が、事は進めやすいと思います。理由としては、お互いこんなはずではなかった、というミスマッチを無くす為に、方面決定から実施までに受け入れ側にとって時間的余裕があることと、利用する側が体験プログラムに対するモチベーション作りがある程度可能であることです。又旅行市場に教育旅行団体が登場するのは殆どの場合には大手・準大手旅行会社を經由していますので、売り込み先の的を絞りやすいということも利点の一つです。一方で受入れ地域の推進組織等が直接学校へ出向いて広報活動をするには疑問があります。旅行会社で勤務していた経験上、旅行会社としても売りたい企画はありますし、学校としても直接広報活動に来られても迷惑であったり、仮に話が良い方向に向かったとしても、学校内部での調整や、その後の打合せ等に適時的確に対応する事はできません。もっとも採算度外視で、数校受け入れれば良いのであれば話は別ですが、ここではそうした考えの方はお読みにはなっていない筈です。

2) セールス手法について

それでは次に実際のセールス活動における手法についてお話をします。こうした場合、手法としては対面販売が最も効果的です。HPに情報を載せて待っているやり方は、意思決定の単純な個人旅行にはある程度有効だと思えますが、学校の場合は旅行会社の営業マンに直接企画内容を知らせることが誘客の第一歩になります。つまりどのようなコンセプトの下、どのような人が関わり、どのようにプログラムが動かされているのかを把握することが、代理販売する側（旅行会社）にとっては顧客（学校等）を納得させる上で重要な問題ですので、それを最も確実に相手に伝えられるのが対面販売なのです。当然多くの営業マンと話をして理解を得る為には、出来るだけ多くの会社に出掛け、そのための機会を作る努力が必要です。現実の世界では必ずしも良い顔をして我々の訪問を最初から歓迎してくれるところばかりではありません。むしろ、そうした所は少数派といっても良いでしょう。しかし直接顧客に接して常に新しい企画や、現行の課題について考えている営業マンに直接訴えることが一番確実に市場に伝わりますし、自分たちに成り代わって販売から打合せ・調整をしてもらえるわけです。どんな企画が受け

るかといった具体的な方策は直接マーケットに飛び込んで獲得する他に近道はないと思います。その辺については、煙たがれることは承知で営業マンがいる時間に(夕方以降になりますが)数多く足を運び、どんな企画であっても自信を持ってトライしていく気構えが必要です。そして自分で動き、悩んだ数だけより沢山の得られるもの“ノウハウ”が生まれてくるのです。

3) 受入が最大のセールス

当然と言えば当然のことですが、最終的には当日の受入先の方の対応が、次に向けての最大のセールスになります。しかし、だからと言って過剰なおもてなしやサービスの必要はありません。きちんと打合せをして、来る側・受ける側ともにコンセプトを理解していれば、十分に満足な結果が得られるはずです。そしてこのことは口コミで必ず各方面に伝わります。いわゆる点から線、そして面へというやつです。また、コーディネートする側は実際に受入をするわけではないですが、時間や場所、約束事等を確実に伝え、円滑に行程が進むよう縁の下で働く事は当たり前です。そして病人・怪我人等のトラブル発生の場合は 24 時間体制で対処する覚悟が必要です。旅先で一番ありがたく、助けられたと感じられるのは有事の際の地元の協力です。そうして一つ一つ丁寧な受入を心がけて続けていくと、何年か後にはこれまでセールス活動をしていなかった所からの依頼も発生してきます。ある警備会社の社長さんが言った言葉「やめなければ本物になる」はこの取組みそのものを言い表している言葉だと思います。

参考：体験型観光の手法を取り入れた企画の例 ～『桜守(さくらもり)の旅』～

南信州地域で教育旅行以外に行われている体験型観光の手法を取り入れた一般ツアー企画について紹介いたします。一般ツアー客の場合は教育旅行団体と違って、事前にモチベーションが作れるような仕掛けは難しいと考えられますので、地域の特筆できる資産を地元ガイドが案内するスタイルのものや、トレッキングツアーのように目的が明白で参加型の企画特性を持ったものが取り組みやすいのですが、ここで紹介する桜守の旅は、南信州地域に残る一本桜の名桜の多さとその見頃時期の長さに着目し、桜守と称する案内人を養成し、桜ツアーでは弱点とされる見頃時期が不安定なところを、桜守が約1ヶ月に及ぶ期間に渡って、その日に咲いている旬の桜を名桜ミステリーツアーとして案内するという企画です。下に代表的な南信州の一本桜を3本ご紹介いたします。



写真：樹齢 500 年の巨木・安富桜



写真：ペリー来航ゆかりの黒船桜



写真：美しい樹形の笹見平の枝垂桜

このような見事な一本桜は南信州地域には 80 本以上ありますが、それぞれの桜について調べ、名桜物語を作成し、桜の保護についての考えも含ませた案内を桜守が当日に行うわけです。中には推定樹齢

を歴史ロマンを含ませて案内しているケースもありますが、利用者の評判は上々で、「こんな花見の仕方もあるんだなー」としみじみと感想を漏らしたベテランのバスドライバーの方もいました。地域の誇りである一本桜を、花見は群桜ばかりではないという考えを持って市場に打ち出したとも言えます。この企画が出来る過程において、当時の行政担当者の熱意は相当のものがあつた、地元在住の“桜狂い”という言葉が誉め言葉になるような存在でもありました。そうした方々が一心に尽力したことで、企画の実現にこぎつける事ができたということも付け加えておきます。やはり相当の思いを持って取り組む人の存在なくしては一つの企画として成り立ってはいきません。この他に普通に観光で訪れてはなかなか辿り着かないような、地元の人々に永年愛されてきた和菓子屋の銘品を試食しながら街並み散策を楽しむ『飯田城址歴史散策と和菓子探訪の旅』や、憧れていたけれども諦めてもいた冬の里山に入ることを、地元ガイドの案内によりスノーシューを履いて楽しむ『南信州ウィンタートレッキング』といった企画等にもこうした手法が活かされています。

4、地域プロデュースの勘所

最近よく巷で“持続可能な取り組み”という言葉が使われていますが、各プログラムにおいて、長く関わっていけるコンセプトの下で地域協力が取り付けられ、そのことが訪れる人々にとって価値のあることであり、それが不断に行われることで人が人を呼ぶというのが体験型観光における持続可能な取り組みということなのでしょう。ここでは以下の5点を地域プロデュースの勘所として確認します。

体験の先にあるものを踏まえた基本理念の構築

全てを整えてからではない。プロモーションにより、先ず人を連れてくることも大事

地域として譲れない一線は守る

関わる人こそ最高の財産

送り手・受入先双方の窓口として責務を全うする。出入り自由な「緩やかなつながり」の醸成と維持発展に努める。

殆どはこれまでにお話してきたことを端的にまとめたものですので、若干補足をする形で説明をいたします。については、ただ体験をさせれば良いという考えでことを進めるのではなく、中身が本物であり、且つ受入れた人も体験した人の喜ぶ姿や、自分がこれまでやってきたことが評価され誇りを感じられるものであることが大事だということです。それには普段通りのありのままを体験することであり、事前にそうした体験であることを周知し、モチベーションを持って訪れるようにしておかなければなりません。については、「販売促進の方法」でも少し触れましたが、やはり実戦経験が受入先にもコーディネート組織にも必要で、自分で考え実行することを通して本当のノウハウが生まれますし、次の段階へ進むことが出来ます。はコーディネート側の姿勢として問われるところですが、どうしても相手から言われることに何でも合わせるのが良いことという意識が働きがちなのは人情ですが、地域や人の気持ちを背負っている以上は、きちんと相手先に伝えるべき事は伝えていかないと、疲れだけが残ってしまったり、誤解を招いたりといったことに陥りやすく、却って利用した人にさえも不満を残す結果となることもあります。目的が地域振興であればしっかりと宿泊してお金を落とすことを念頭

に置くべきですし、ある程度訪れる人にも地域事情を理解した上で利用するという意識を持たせないところから取組みを続けるのは難しいということです。は至極当然のことです。このことを中心に据えて取り組めば活路は開けていくはずですが、要は体験受入先の人々はいくまでも他に本業や生活があり、こうした取組みにはゆとりのある範囲内でなければ継続的には協力できません。しかしそうした方々がプログラムを担ってくれるからこそ、それを利用した人は体験そのものだけでなく、地元の人々との交流や、その温かさを感じ、満足感を得られることが出来るのです。ですからコーディネート組織としてはより多くのネットワークを地域の方々と築き、受入先の方は都合のつけられるときに協力することで一つ一つのプログラムを実行していけるようにしなければなりません。

5、おわりに

ここでは南信州という一つの地域での事例をもとに出来るだけ一般化して書いて参りました。これから地域プロデュースを考えて実行していく皆様にとって、少しでも参考になることがありましたら、心よりうれしく思います。と同時に責任ある立場に立って、こうした取組みをされる皆様には、是非様々なところで協力してくれる方々への感謝と尊敬の念を忘れずに取り組んでいって欲しいものです。しかしながら知らないうちに初心を忘れてしまうといったこともあろうかと思えます。こうしたことは決して自分一人の力で出来ることではなく、地域の方々の協力は当たり前のことではありません。その気持ちを常に持って臨めば、きっと多くの方々の理解と助力を得られることと思えます。又引き受けた仕事に対しては、できる事は惜しみなく力を注ぎ、無理が通れば道理が引っ込むような注文に対しては勇気を持って理解を得られるよう心がけましょう。そして心と心をつなぐための一つ一つの思いや言葉がこの取組みの屋台骨を支えていくのです。

SS 1 2 観光関連産業の仕組み

執筆者：鈴木晴江氏（財団法人日本交通公社）

近年、旅行市場の変化により、体験滞在型ツアーやガイド付き自然観察等の高付加価値商品が注目されています。自然学校やエコツアー事業者の中には、地域の宿泊・交通事業者や都市部の旅行会社との積極的な連携により、体験プログラムを旅行商品の一部として組み込み、提供しているケースもあり、今後もこの傾向は増加すると予測されます。ここでは、観光関連産業の仕組みや体験プログラム提供事業者の位置づけを理解します。



1、観光関連産業の仕組み

1) 観光産業の意味

観光産業とは、経済的な利益を得ることを目的として、人々の観光行動に対応した財やサービス（1）を提供する企業・業種の集まりのことで、単一業種を指すのではなく複合的な概念です。人々の観光行動は時代とともに変化しており、それに対応して観光産業のあり方も変化し続けています。見るだけでなく何かを実際に体験したいというニーズの高まりにより、近年は体験を可能とさせる各種業種が観光産業に加わるようになってきています。

- 1 「財」は、物質的・精神的に何らかの効用を持っているもののことである。また、そのようなものの中で有形なものを財、無形なものをサービスと呼び、財とサービスと表現する場合もある。出展：フリー百科事典『ウィキペディア』<http://ja.wikipedia.org/wiki/>

2) 観光産業の構成業種

観光関連産業は、提供される財やサービスの「機能」と、財やサービスを提供する「場所」による2通りの捉え方があります。

(1) 「機能」による捉え方

基幹的な（核となる）機能の提供

基幹的な（核となる）機能には、旅行業、交通運輸業、宿泊サービス業、イベント・コンベンション業、観光土産品業、観光施設業などによって提供される機能が考えられます。

周辺機能の提供

周辺機能には、農林水産業や商工業など地域の産業によって提供される機能が考えられます。

(2) 「場所」による捉え方

旅行市場側

旅行市場側とは旅行の発生する需要サイドのことで、俗に「発地」と呼ばれています。旅行市場側の主な業種は、旅行業と交通運輸業です。この他、ガイドブックを発行する出版社

なども該当します。

観光地側

観光地側とは旅行の目的地となる供給サイドのことで、俗に「着地」と呼ばれています。観光地側の主な業種は、宿泊サービス業、交通運輸業、観光土産品業、観光施設業などが該当します。従来市場側で提供されることが多かった旅行業については、近年の法改正なども追い風となり、観光地側で増加する傾向にあります。また、新しいサービスとしての体験事業も基本的にはこの観光地側での提供と考えることができます。

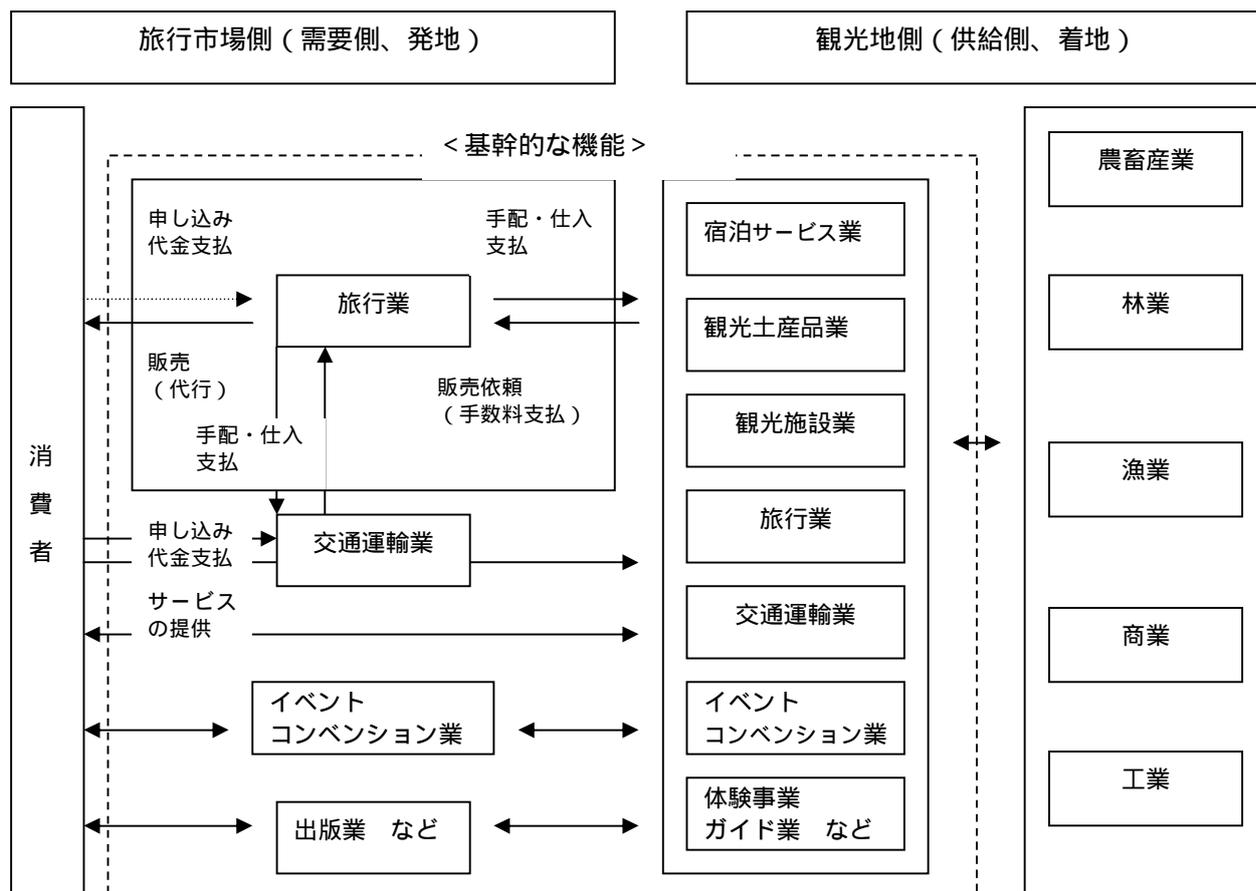


図1：観光関連産業の仕組み（イメージ図）

2、旅行市場（需要側・発地）の動向

1）旅行市場の変化

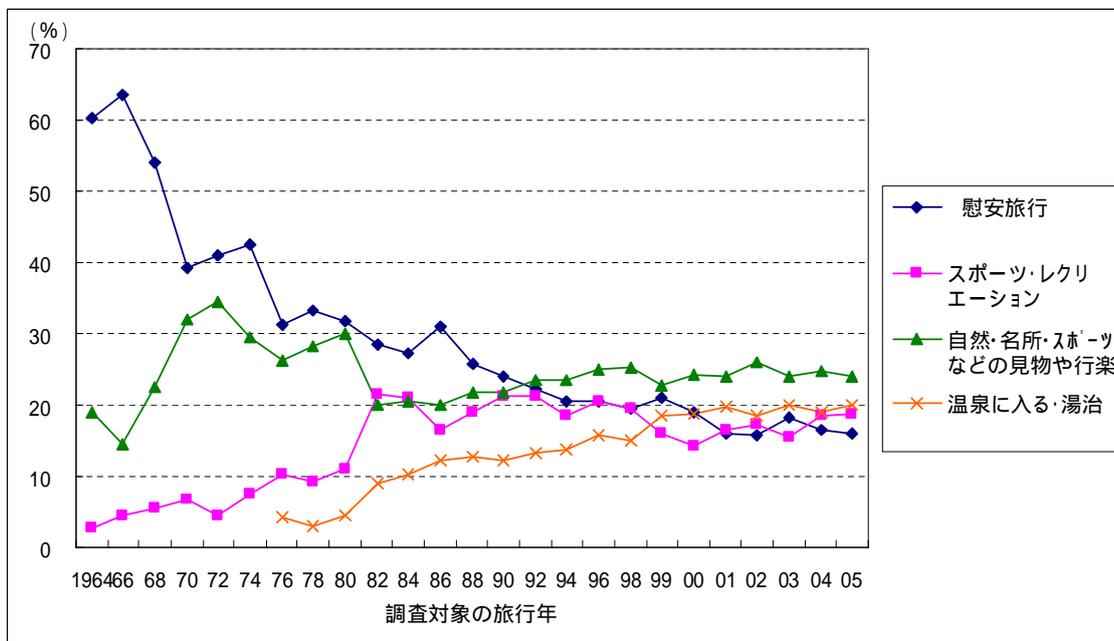
旅行市場（需要）は経済の高度成長を背景として1980年代ごろまでに一気に成長し、その後は社会環境の影響を受けながら安定的に推移しています。特に1960年代後半からの航空機、近代的設備のホテル等による大量輸送、大量消費が「旅行の大衆化」を可能としました。

（社）日本観光協会が1964年以降実施している国民の観光レクリエーションの実態調査「観光の実態と志向」によると、1968年までの宿泊観光旅行では半数以上の旅行の目的が「慰安旅行」ですが、2005年では16.0%まで落ち込んでいます。一方、「自然・名所・スポーツなどの見物や行楽」といった観光旅行は堅調に推移しています。また、「スポーツ・レクリエーション」は2000年を境に増加傾

向に転じ、「温泉に入る・湯治」は着実に増加を続けています。

慰安旅行等の団体型旅行が減少する中で家族や友人等との個人型旅行が増加し、旅行スタイルは大きく変化しています。それに伴い需要の高度化、観光行動の多様化が進んでいます。

表 1：旅行目的の変化



資料：(社)日本観光協会「観光の実態と志向」

調査対象となる旅行は、1998年までは前年9月～当年8月に実施したもの、1999年からは当年4月～翌年3月に実施したもの。

2) 旅行市場(マーケット)の構造

(1) 旅行市場(マーケット)の区分

多様化したニーズ、個人旅行の増加などといわれる旅行市場を構成する市場には以下のような5区分があり、捉える方法には、表2のように、費用の負担者を軸にする考えと旅行形態を軸にした考えと大きく2通りあります。

旅行市場の区分

観光レクリエーション旅行

個人的な楽しみのための観光旅行。スポーツ旅行。旅行会社のパック旅行に参加した場合も含めます。

帰省や家事のための旅行

帰省や冠婚葬祭関連の旅行(帰省ついでに行った観光旅行は観光レクリエーション旅行)。

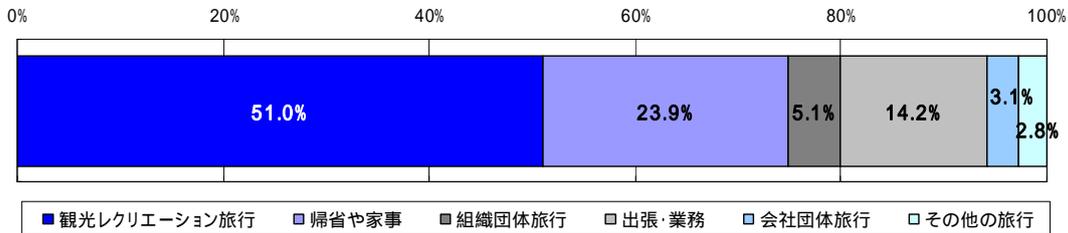
組織が募集する団体旅行

町内、農協、郵便局、信金、宗教団体、サークルなどが募集する旅行。

出張や業務旅行

打ち合わせや会議、施設目的の旅行。
 会社がらみの団体旅行
 職場旅行や招待、報奨旅行。団体で行動する旅行。

表 2：旅行市場の区分と市場区分別シェア（国内旅行）



旅行費用の負担者別にみるシェア

費用負担者	市場区分	国内旅行 (2006年)
個人負担	観光レクリエーション旅行	80.0%
	帰省や家事のための旅行	
	組織が募集する団体旅行	
法人負担	出張や業務旅行	17.3%
	会社がらみの団体旅行	
その他の旅行		2.8%

旅行形態別にみるシェア

旅行形態	市場区分	国内旅行 (2006年)
個人旅行	観光レクリエーション旅行	89.1%
	帰省や家事のための旅行	
	出張や業務旅行	
団体旅行	組織が募集する団体旅行	8.2%
	会社がらみの団体旅行	
その他の旅行		2.8%

出典：財団法人日本交通公社「旅行者動向 2007」

(2) 多様化するマーケットの特徴

これまで、性別、年代別等により旅行の特徴が捉えられてきましたが、旅行の実態には、既婚・未婚、子供の有無、子供の年齢などライフステージが大きく影響していることが分かってきました。ここでは、個人旅行と団体旅行に分けて、そのうち個人旅行はライフステージ別の旅行行動をセグメント化することで多様化する旅行市場を捉えます。

個人旅行（表 3 参照）

ア（小学生、中高生連れ）家族旅行

小学生連れの家族旅行は全体の 18.1%、中高生連れとあわせれば約 25%のマーケットシェアを占めます。家族旅行は子供の楽しみを中心に計画されることが多く、このマーケットはテーマパークなどを訪れる旅行と並んで自然の中での遊びを重視しています。マイカーでの旅行比率が高い、ホテルや旅館以外の宿泊施設の利用が多い、旅行業者利用率が低い、旅行消費単価が低いといった観光産業への依存度が低いという特徴があります。加えて、旅行実施日が週末や夏休みなどに限られます。自然に対する志向が高いので、価格設定や旅行実施日を配慮することによって体験プログラムへの多くの参加が見込まれます。

イ（子育て後）夫婦旅行

熟年の夫婦旅行の市場シェアは 10.8%と小学生連れの家族旅行に次いで大きいマーケットです。高齢化の進展もあって観光産業界は最優良マーケットと位置づけています。自然をゆっくり親しみ

たい、地域をじっくり味わいたいという志向が強い上に、一人当たりの旅行単価が高い、平日出発の比率が高い、ホテルや旅館への宿泊比率が高い、マイカー利用率が低く公共交通手段の利用が高いという特徴があり、地域や地元の観光産業全体にとっても重要なマーケットです。

ウ (子育て後女性) 友人旅行

熟年の夫婦旅行と同様に、平日の出発比率、観光産業への依存度が高いので地域にとっても優良なマーケットです。公共交通手段への依存度が高く、観光バスや観光タクシーといった旅行先での活動メニューの提案をよく利用する層なので、体験プログラムが受け入れられる可能性も高くなっています。

エ (未婚女性) 友人旅行

新タイプの旅行に最初に興味を示すのが、若年の女性層です。これまでもアジアリゾートブームなどいくつものムーブメントを先導してきた流行に敏感なマーケットです。屋久島などで実施されている体験プログラム参加者の中で最も高い構成比を占めているとみられています。開発した体験プログラムが、このマーケットに受け入れられるかどうかは、商品の品質や販売促進の成果を図るバロメーターともなります。

団体旅行 / 教育旅行

ア 組織が募集する団体旅行、会社がらみの団体旅行

組織が募集する団体旅行の場合は、事前期待や満足度は参加者によって大きく異なりがちなので、プログラムの内容や水準には十分に配慮しなければなりません。一度に大人数の申込みを受けることができるので、効率と収入の大きさという面において手間のかかる個人客マーケットとは異なるうまみがあります。

イ 教育旅行

教育現場では体験学習的要素が重視されており、自然地域を巡ることによる自然への理解、環境問題への意識づけ、地域理解などへの期待が高まっています。また、修学旅行は、従来の歴史文化見学型から体験型への転換期にあり、とりわけ環境面での学習効果が発揮される旅行日程に対する要望が高くなってきています。また、学校の年間行事の場合は特に早い時期から企画を開始するので、事業者にとっては早い時期に収入が見込めるため、年間収支計画などがたてやすいというメリットもあります。

表3：同行者、ライフステージで捉えたマーケットセグメント（国内旅行）

観光レクリエーション旅行のマーケットセグメント(国内旅行)

マーケットセグメント		旅行の同行者	ライフステージ	シェア 2006年 (%)
家族旅行	幼児連れの家族旅行	子供連れ	既婚・長子が未就学	8.5
	小学生連れの家族旅行	子供連れ	既婚・小学生の子がいる	18.1
	中高生連れの家族旅行	子供連れ	既婚・末子が中高生	6.3
	大人の親子旅行	子供連れ	既婚・末子が18歳以上	9.6
		親を連れて	-	
	3世代の家族旅行	3世代で	-	6.4
	(その他の家族旅行)			0.3
小計				49.2
夫婦旅行	カップル旅行	カップルで	-	3.5
	子育て前の夫婦旅行	夫婦で	既婚・子どもなし	3.1
	子育て中の夫婦旅行	夫婦で	既婚・18歳未満の子あり	1.3
	子育て後の夫婦旅行	夫婦で	既婚・末子が18歳以上	10.8
	小計			
友人旅行	未婚男性による友人旅行	友人や知人と	未婚男性	1.8
	子育て前の男性による友人旅行	友人や知人と	既婚男性・子どもなし	0.9
	子育て中の男性による友人旅行	友人や知人と	既婚男性・18歳未満の子あり	1.1
	子育て後の男性による友人旅行	友人や知人と	既婚男性・末子が18歳以上	6.8
	未婚女性による友人旅行	友人や知人と	未婚女性	4.5
	子育て前の女性による友人旅行	友人や知人と	既婚女性・子どもなし	0.5
	子育て中の女性による友人旅行	友人や知人と	既婚女性・18歳未満の子あり	1.2
	子育て後の女性による友人旅行	友人や知人と	既婚女性・末子が18歳以上	6.2
	小計			
ひとり旅	男性のひとり旅	自分ひとりで	男性	3.4
	女性のひとり旅	自分ひとりで	女性	3.0
	小計			
(その他・無回答)				2.8

出典：財団法人日本交通公社「旅行者動向2007」

3) 新たな動きの潮流

需要の高度化、観光行動の多様化等の市場の変化は、とりわけ「体験型」「交流型」旅行のニーズの高まりとなって表れています。これらの動きに対し国や地域では、地域独自の魅力を活かした新たな形態の旅行商品（エコツーリズム、ヘルスツーリズム、長期滞在型観光等の「ニューツーリズム」旅行商品）の創出と流通を促進する動きが活発です。一つの商品に大量送客することを前提としていた従来の旅行商品に対し、ニューツーリズムの旅行商品は、多品種・小ロット・高付加価値型であることが特徴です。

(1) ニューツーリズム旅行商品と旅行者ニーズ
エコツーリズム

エコツーリズムの実践形がエコツアーであり、自然を楽しみにしながら自然や文化、環境などに対する理解を深める旅の事です。今後の参加意向については、回答者の半数以上が「(ぜひ)行ってみたい」と好意的な回答をしています。

グリーンツーリズム

グリーンツーリズムは、農山漁村などの環境ふるさと体験を楽しむ旅行です。今後の参加意向については、「行ってみたい」とする回答は伸び悩んでいますが、「ぜひ行ってみたい」とする回答は若干増加傾向にあります。

表4：エコツアーの消費者ニーズ

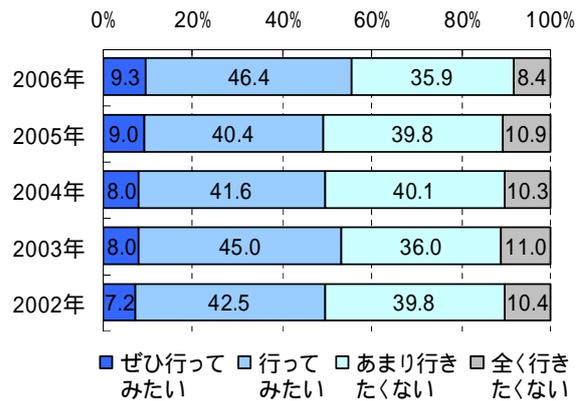
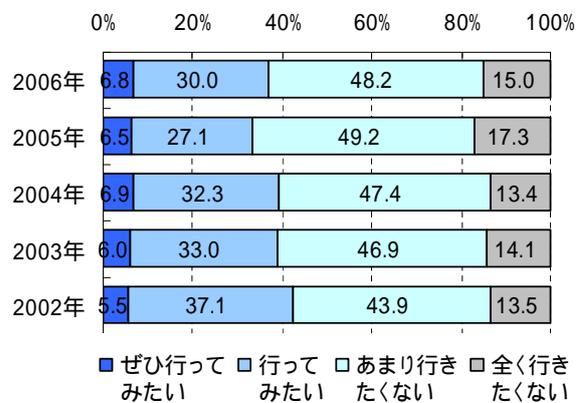


表5：グリーンツーリズムの消費者ニーズ



出典：財団法人日本交通公社「旅行者動向 2007」

4) 旅行市場データの収集

これまでみてきたように、旅行市場は主に量と質からその変化や特徴を捉えてきました。主なデータの出所を記しますので、定期的にデータを収集し、市場の変化をチェックすると良いでしょう。

表6：旅行市場データの収集資料

	出所
量的 (旅行量) データ	<ul style="list-style-type: none"> 国土交通省「観光白書」 (社)日本観光協会「観光の実態と志向」 (財)日本交通公社「観光経済レポート」 など
質的 (旅行内容) データ	<ul style="list-style-type: none"> (財)日本交通公社「旅行者動向」 (社)日本観光協会「観光の実態と志向」 国土交通省「全国旅行動態調査」(5年毎) など

3、体験プログラム提供事業者の位置づけ

1) 体験プログラム提供事業者と観光関連産業との関わり

(1) 出発地の旅行会社との連携

体験プログラム提供事業者には、都市部の旅行会社との積極的な連携により、体験プログラムを旅行商品の一部として組み込み、提供しているケースがあります。個人旅行の場合は、出発地側のパッケージ商品の組み込みか、パーソナル商品のオプションツアーとして提供されています。団体旅行の場合は、主に修学旅行などに提供されています。旅行会社は幅広い販売ルートを有しており、旅行者への宣伝・販売を進めるには非常に効果的と考えられます。

(2) 地域の観光関連産業との関わり

修学旅行を誘致するため、宿泊サービス業者と体験プログラム提供事業者などが、窓口を1つにして販売促進を行う例はよくみかけますが、地域における観光関連産業との連携は多いとは言えないのが現状です。

体験プログラム提供事業者は地域の中で単独で存在しているのではなく、直接的、間接的に地域の様々な産業と深く関わり合って存在しています。そして、体験プログラム提供事業者が、地域を訪れた多くの旅行者に利用され、滞在が長引けば長引くほど、また他の観光産業や地場産業と連携して事業を行うほど、地域内での観光消費は高まり、地域経済への貢献度は大きなものになります。いわば体験プログラム提供事業者は「地域の産業を活性化し、新しい産業を創出する」機会を地域にもたらす可能性を持っていると言えます。体験プログラム提供事業者が関わりを持つ観光関連産業を挙げると、次のようなものがあります。

表7：旅行者の一連の観光行動と観光関連産業

主に関係する観光関連産業	旅行者の一連の観光行動
交通・運輸業	地域へのアプローチ、地域内の移動
宿泊サービス業	滞在中の宿泊
飲食業	滞在中の飲食、食材の提供
観光施設業	観光ポイントや観光施設の見学
体験プログラム提供事業者	観光体験、農林漁業体験、地域の伝統文化・工芸体験など
観光土産品業	地場製品の購入

2) 体験プログラム提供事業者求められること

(1) 魅力的なプログラムを提供する

従来の観光では味わえない魅力を体験することで、プログラムの価値やおもしろさを理解できる内容とする必要があります。そのためには、参加者の目に自分達のプログラムがどのように映っているか、テーマはねらいどおりに伝わっているか、満足度などに関する「評価」が不可欠です。それが魅力的な体験プログラムを長期にわたり継続的に実施するポイントとなります。

(2) 安全、環境、地域に配慮したプログラムを提供する

プログラム提供の大前提は、参加者が安心して参加できることです。また、負荷をかけない持続的な方法での利用を心掛け、将来に渡って基盤とするフィールドの状態を注意深くモニターする必要があります。さらに、息長く地元で愛される事業として育て続けていくためには、フィールドとする地元から良い評価を得ることが重要です。地元での評判が良いプログラムは、地域の自慢にもなり、情報の伝播力や地域ぐるみで歓迎する雰囲気から参加者の満足を一層高めることにもなります。

(3) 組織としての健全性を持つ

旅行会社や地域等から信頼できる事業者であるためには、安定的にプログラム提供ができることはもちろんのこと、法令の遵守、理念やスタンスの表明等を行うなど、組織が健全であること、またそのことの証明を行うことが重要となります。常に質の向上を目指しており、そのために何に取り組んでいるのかがわかるようになっていることが必要です。

旅行会社との契約の際、一般的に体験プログラム事業者求められること

ア 法人格

イ 安全管理能力

ウ 賠償責任能力

エ 事業継続能力、又それに必要と思われる保有資格（ガイド等の個人資格含む）

旅行業者がこれらを求める理由

消費者契約法、旅行者保護の観点、自社の選定責任、安全管理義務 など

【参考文献】

財団法人日本交通公社 『旅行者動向 2007』(2007)

財団法人日本交通公社 『観光読本(第2版)』(2004)

環境省・財団法人日本交通公社(編) 『エコツーリズム さあ、はじめよう!』

(2004, 財団法人日本交通公社)

国土交通省総合政策局監修、財団法人日本交通公社 『魅力ある自然ガイドツアーづくりの手引き』

(財団法人日本交通公社, 2005)

JTB 能力開発編 『観光学基礎』(2006)

日本観光協会編 『観光の実態と志向』(2005)

日本観光協会編 『観光実務ハンドブック』(丸善株式会社, 2007)

SS 1 3 旅行会社業務の理解

執筆者：中村一郎（社団法人日本旅行業協会）

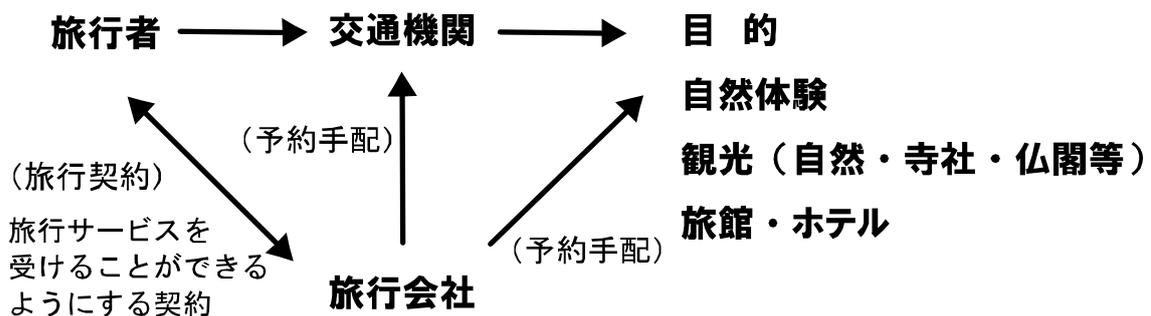
観光産業は宿泊や交通、食事、施設等を幅広く包括します。そして、それらの各素材を旅行商品として造成し、消費者に販売（商品によっては添乗業務も伴う）するのが旅行会社の主な業務と言えます。近年、付加価値の高い体験プログラムや環境保全プログラムを旅行商品に組み込み、旅行会社がエコツアーとして販売するケースも増えています。ここでは、一般的な旅行会社の事業内容を理解するために、商品造成と販売業務、添乗業務等について学びます。



1、旅行における旅行会社の立場

旅行者が旅行の目的を果たすために必要なものは何でしょうか。旅行者は、まず目的地に行くために交通機関（航空機・列車・バス等）を利用します。目的地に着いたら観光（入場・拝観）、食事、宿泊（ホテル・旅館）等を利用します。

旅行会社は、旅行者がこれらの交通機関、宿泊機関の予約をとり、利用できるようにします。旅行会社は旅行者が旅行の目的を果たせるように交通機関、宿泊機関との仲立ちをすることが業務となります。他のサービス産業と違い旅行会社自らが「旅行というサービス」を提供しているのではありません。これが旅行会社の特徴です。



2、旅行の分類

旅行会社が取り扱う旅行には次のものがあります。

1) 募集型企画旅行

旅行会社が企画（計画）をしてパンフレット、インターネット、新聞等で不特定多数の人を募集して実施する旅行です。旅行会社の店頭等で販売している旅行です。

2) 受注型企画旅行

旅行会社が、旅行を計画している（個人、グループ等の）代表者の依頼を受けて、その依頼内容に添って旅行会社が企画（計画）する旅行です。学校の修学旅行・教育研修旅行、職場の社員旅行などがこの旅行です。

3) 手配旅行

旅行者が計画して旅行会社がその依頼通り手配をする旅行です。

4) 受託旅行

他の旅行会社が作った募集型企画旅行を代理して販売する旅行です。

表1：旅行の分類

	計画の主体	募集の主体	旅行代金の表示	旅行会社の責任
募集型企画旅行	旅行会社	旅行会社が募集	包括料金 * 1	* 2
受注型企画旅行	旅行者が旅行会社に依頼	募集はしていない	包括料金 * 1	* 2
手配旅行	旅行者	募集はしていない	旅行代金の明細を表示	損害賠償責任のみ

- 1 包括料金とは、旅行代金を一括表示して明細（バス代・宿泊費等）を示さないものです。
- 2 企画旅行（募集型・受注型）についての旅行会社の責任は下記の通りです。
- 3 「受託旅行」は、旅行を企画する旅行会社と販売する旅行会社が異なるだけで、図中では「募集型企画旅行」に含まれます。

手配完成義務・・・運送・宿泊等の予約を必ず取らなければなりません。

旅程管理義務・・・運送・宿泊等のサービスを旅行者が確実に受けることができるようにしなければなりません。

安全確保義務・・・旅行者が安全に旅行できるようにしなければなりません。

保護義務・・・旅行者が病気、怪我などをしたとき病院に連れて行くなど保護をしなければなりません。

特別補償義務・・・旅行参加中の事故に対して、旅行会社に責任があってもなくても定められた補償金を支払います。

旅程保証・・・日程（交通・宿泊等）に変更があった場合、旅行会社に責任がなくても一定の補償金を支払います。

損害賠償責任・・・旅行者が損害を受け、その責任が旅行会社にある場合、旅行者に対して損害賠償金を支払います。

3、旅行会社の分類

旅行会社は全て同じ業務をしているわけではありません。旅行会社を営む者は、旅行業法という法律に基づき運営されています。その旅行業法で販売できる旅行商品により 3 つの区分けがあります（以下、旅行会社を旅行業と表示します）。

1) 第 1 種旅行業

国内・海外の募集型企画旅行商品を作り販売することができます。

2) 第 2 種旅行業

国内の募集型企画旅行商品を作り販売することができます。

3) 第 3 種旅行業

国内の募集型企画旅行商品を作り販売することができます。

但し、下記の条件を満たした旅行に限ります。

このように旅行業（旅行会社）は、国内・海外の募集型企画旅行を実施（商品を作り、販売する）するかどうかで分類されています。表にしたものが下図になります。

表 2：旅行会社の分類

		第 1 種旅行業	第 2 種旅行業	第 3 種旅行業
募集型 企画旅行	海外旅行		×	×
	国内旅行			3
受注型企画旅行				
手配旅行				
受託旅行販売				

- 3 第 3 種旅行業者による募集型企画旅行の実施に関する旅行業法施行規則等の一部が改正されました（平成 19 年 3 月 12 日公布・5 月 12 日施行）。但し、次の条件を満たす場合に限りです。

旅行できる範囲 募集型企画旅行商品の出発地の隣接市町村のみ

申込金 旅行代金の 20%以内

旅行代金 申込金以外の旅行代金の収受は出発当日以降

4、旅行商品についての基礎的理解

1) 旅行商品とは

商品とは「仕入れ」をして、「加工」し、「値段を付け」「販売」することと考えると、旅行会社で販売しているものを旅行商品と呼ぶことができます。旅行会社で販売している旅行商品は、旅行会社が企画（計画）に係わる部分の多い「企画旅行」になります。

2) 企画旅行の動向

今までの旅行は「見る」旅行が主体でした。観光地を巡り自然の風景、史跡、歴史的建造物等を「見物」し、昼食場所で出された食事を取り、旅館・ホテルに泊まり、お土産を買い、帰ってくる旅行でした。しかし、一年に何回も旅行するようになり「見る」だけの旅行では物足りなくなり、旅行会社も旅行者の要求に応えるべく企画旅行商品も多様化しています。

最近の旅行傾向をいくつか見てみますと

(1) 見る・食べる

「見る」もの、「食べる」ものに変化が起こっています。今までの観光地（神社・仏閣・自然）ではなく、テレビドラマ・映画の舞台となった観光地・ロケ地を訪ね、食事内容もその地方・地域の特色ある料理が提供される旅行。

(2) 明確な目的

物見遊山の旅行ではなく、「コンサートを聴きに行く」「野球・サッカーの観戦に行く」等、観光地を巡る旅行ではなく、～をしに行く旅行。

(3) 旅行者自ら体験する

旅行者自ら体を動かし、陶芸、そば打ち、田植え、地引き網等の各産業の体験、カヌー、ラフティング、トレッキング、ネイチャーゲーム等の自然体験をするための旅行。

今までの旅行商品がなくなっているわけではありませんが、旅行者の旅行意識の変化に応じて旅行商品は多様化しています。これからもこの傾向は続くと思われます。次に、項目毎に旅行会社がつけている旅行商品を対比してみます。

3) 旅行代金

低価格旅行

・・・運送、宿泊部分のみを提供して旅行代金を安くしている旅行。

フリータイム（自由行動）型といわれるもので旅行を何回も経験して、自ら行動したいという旅行者向けの商品です。

高価格・高品質旅行・・・付加価値を付け他の旅行と差別化した旅行。

旅行の目的を明確にしたもので、イベント（コンサート等）、スポーツ観戦、クルーズ等を組み込み、観光地を巡るだけでなく参加し、体験できる商品です。

4) 旅行形態

周遊型旅行・・・観光地を巡り神社・仏閣、自然等を見て移動する旅行。

現在でも旅行商品の大部分を占めています。

滞在型旅行・・・1カ所に滞在して旅行者が体を動かし体験する旅行。

旅行商品全体での割合は多くはありませんが、これからの注目商品です。

5) 旅行参加人数

団体・・・企業の招待旅行・学校の修学旅行等一つの団体に動く旅行。

受注型企画旅行、手配旅行になりますが減少傾向にあります。

個人・グループ・・・企画旅行では、1名から参加できる旅行もあり、参加人数は少数化の傾向にあります。

以下に旅行商品の特質を挙げてみます。

形がない

一般的に商品といわれるものには形があり手に取って見ることができますが、旅行商品には形がありません。旅行者が旅行前に見ることができるものは、旅行パンフレット、ガイドブック等情報誌の写真、インターネットでの情報等です。

商品（旅行サービス）の提供と受領が同時

旅行商品は、旅行サービス（運送というサービス、宿泊というサービス等）の提供と、旅行者がサービスを受けることが同時に進行します。つまり、「もう一度」同じものを受けることも、「最初に戻ってやり直して」ということもできません。

季節により旅行代金の変動がある

旅行会社は自ら旅行サービスを提供するわけではありません。他社の経営する運送・宿泊機関を利用して旅行を組み立てていますので、運送機関等が季節により利用料金を変更すればそれが旅行代金に反映されます。

5、旅行商品の造成

旅行会社はこれらの旅行商品をどのようにして作っているのでしょうか。自然体験型の商品について商品作りの流れを見てください。

1) 市場動向の調査

旅行者のニーズの把握

- ・旅行参加者へのアンケート・インターネットでのアンケート
(性別、年齢層、興味、意欲)
- ・テレビ、ラジオ、雑誌等メディアの傾向・注目度

自然体験プログラム事業者等の旅行素材提供者からの情報収集

2) 企画

企画意図の明確化(何のための企画であるか)

旅行商品の主目的の明確化(何を目的とする旅行商品であるか)

販売対象の明確化(どのような消費者に販売するのか)

日程作成

旅行商品販売価格設定(利益確保、他社の同種旅行との比較)

旅行商品販売方法検討(どのような媒体を利用するか)

3) 仕入れ

旅行素材提供者(自然体験プログラム事業者等)との交渉

(企画に基づくサービス提供内容・仕入れ金額・利用日時)

販売価格・旅行日程内容の再調整

4) 広告作成

旅行業の法律により下記の項目は必ず表示します。

企画旅行会社の名称・住所・旅行業の登録番号

旅行の目的地・日程

運送・宿泊・食事・体験プログラムのサービス内容

旅行代金

添乗員の同行の有無

最少催行人員

旅行の条件を説明する旨



6、旅行商品の販売

旅行商品はどのように販売されているのかを、以下に挙げます。

1) 自社販売（企画旅行商品を作った旅行会社が自ら販売します。）

店舗 旅行会社の店頭等にパンフレット・チラシを置き販売します。

旅行者は相談しながら旅行商品を決めることができます。

インターネット 旅行会社のホームページに載せます。

旅行者は旅行会社に出かけることなく、時間に関係なく他社の旅行商品と比較しながら旅行を決めることができます。

新聞（チラシ） 旅行雑誌、旅行会社の会員向け会報誌

新聞・雑誌の広告は必要最低限の旅行情報しかありませんので、その旅行商品に対して質問・疑問等があった場合は、旅行会社に問い合わせをしなければなりません。電話での申込が多くなります。

アウトセールス

営業担当者が、お得意様・担当先（企業等）にパンフレット等を配り勧誘します。

2) 他社への販売委託

受託販売契約をしている他の旅行会社

他の旅行会社に、自社の企画旅行商品を販売してもらいますので販売窓口が広がります。

旅行商品についてテレビコマーシャルで募集しているものが少ないのは、法律で定められた必要項目（前頁4に記載）を全て表示することが困難だからです。旅行商品がテレビの旅番組、情報番組等で取り上げられると集客効果は大きくなります。

7、旅行の添乗業務

1) 添乗員の資格

企画旅行に添乗するためには「旅程管理の主任者」の資格が必要になります。

2) 企画旅行の添乗員の業務

企画旅行での添乗員の主たる業務は「旅程管理」をすることです。

3) 旅程管理とは

必要な予約を確認し、旅行者が旅行日程に添ったサービス（運送・宿泊等）を受けられるように手続き（航空の搭乗手続き、宿泊手続き、体験プログラム等）をし、旅行のサービス内容を変更しなければならない場合は、代替サービスを手配して、そのサービスを受けられるようにすることです。

また、募集型企画旅行での参加者はバラバラのグループですので、その団体のリーダーとして集合場所・集合時刻等の指示をすることも旅程管理業務に含まれます。

バスでの日帰り自然体験型企画旅行の添乗業務について、受付から帰着までの流れに沿って試してみましよう。

(1) 受付

集合場所で受付の準備をします。

- 目印となる旗
- 参加者名簿
- バス座席表
- バス乗務員と日程の打合せ

参加者名簿を基に受付

- 氏名確認
- ツアーバッチ等参加者に配布
- バス座席表により乗車していただく

乗車人員確認後出発

(2) 往路バス車内

- 挨拶
- 日程の案内

(3) 休憩場所

昼食場所・自然体験プログラム実施箇所への人員・到着予定時刻の連絡

(4) 昼食

- 昼食場所への到着後
- 昼食場所への誘導
- 出発時刻の確認
- 精算
- 自然体験プログラム実施箇所への到着予定時刻の連絡

人員確認後出発

(5) 自然体験プログラム

現地到着後

担当者との打合せ

旅行者に配布の最終日程表に表示されているプログラムの確認

出発時刻の確認

精算 プログラムの精算

人員確認後出発

(6) 帰路バス車内

アンケート実施

到着・解散前 参加御礼挨拶

(7) 帰着 解散

(8) 報告 帰着報告

添乗業務（旅程管理）とは、旅行会社が旅行者に約束した内容に添って確実に旅行サービスを受けることができるように、確認に続く確認をすることが第一です。

【参考文献】

『旅行業法令』

日本旅行業協会 『旅程管理教本 国内旅行実務』

JTB 能力開発編 『観光学基礎』(2006)

株式会社ジェイティービー能力開発 『観光概論』今井成雄他

株式会社ジェイティービー能力開発 『旅行業概論』佐々木正人他

東京法令出版 『旅行業実務六法』

SS 1 4 観光協会業務の理解

執筆者：川野美和氏（社団法人日本観光協会）

観光協会には、社団法人、財団法人、任意団体等、様々な形態があります。特に都道府県や市町村といった自治体、そして地域の観光関連事業者等と連携しながら、地域づくりや人材育成、観光情報の発信拠点としての役割を担っています。ここでは、観光産業の仕組みにおける観光協会の位置づけや機能・役割、具体的な業務について理解します。

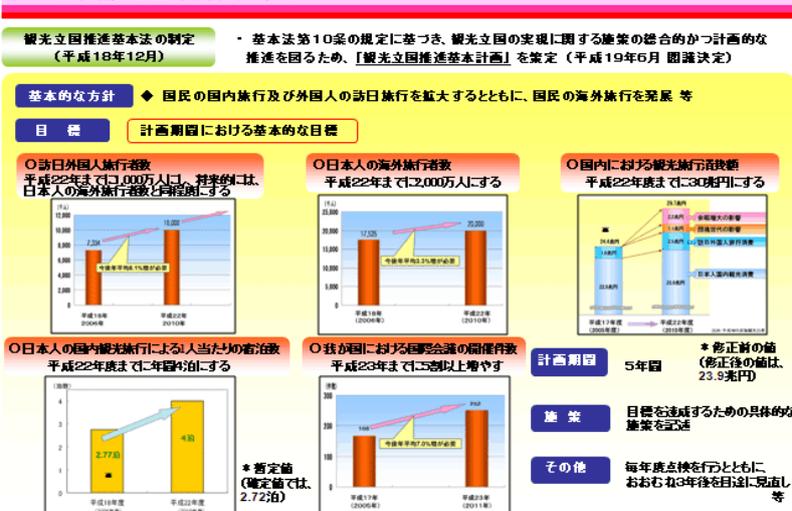


1、重要な産業政策としての「観光」

平成 19 年 1 月、国は、国民が誇りと愛着を持てる活力に満ちた地域社会の実現、並びに観光立国の実現を目標とした観光立国推進基本法を施行、同年 6 月には「観光立国」の実現に関する具体的な政策をとりまとめた観光立国推進基本計画を閣議決定し、観光は我が国の経済発展、地域活性化のための重要な産業政策の柱として明確に位置づけられることとなりました。

観光立国推進基本計画は、平成 19 年度から 23 年度までの 5 年間で観光立国に関する数値目標を達成するため、国土交通省を中心に「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を基本として、国際競争力の高い魅力ある観光地の形成、観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成、国際観光の振興、観光旅行の促進のための環境の整備を 4 つの柱に、具体的な取り組みを推進するものです。計画の実現にあたっては、国全体での推進、官民の協力体制をもとに総合的かつ計画的に取り組むことが不可欠だとして、平成 20 年 10 月 1 日、国土交通省に観光庁が設立されました。

観光立国推進基本計画の概要



観光庁の意義

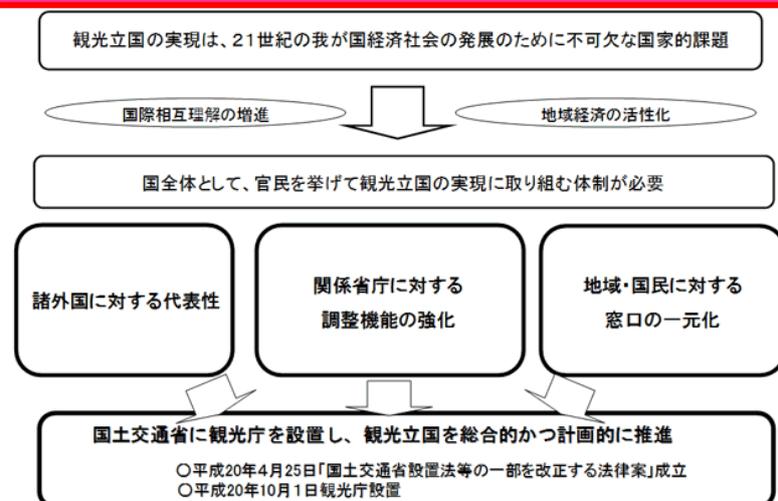


図1：観光庁ホームページより引用

2、観光の形態の変化

従来、観光は国や地方自治体、それに関わる団体や事業者など観光関係団体事業が関わるものだと思われていましたが、最近では観光施設や自然風景だけでなく、地域の持つありのままの魅力、人との触れ合いや日常生活も観光資源と考えられるようになるなど、観光の捉え方が多様化しています。旅行形態についても、学校や会社での団体旅行が減少し、家族や友人、小グループで旅行に行く人が増えており、旅行内容も体験、活動、学習型へと変化が見られます。それらの変化を受け、ツアーの出発地を基本とした発地側が造成する商品の質も変わってきており、発地側が着地からの詳細な情報を求めるようになってきているため、着地情報が重要視されるようになってきています。このように観光の捉え方や旅行形態が変化する中で、観光関係事業者だけでは、観光客の多様化するニーズに対応できなくなっており、地場産業や農村漁業を始め地域住民等と協力しながら観光を振興していくことが必要です。

3、観光協会とは

「観光辞典」によると、観光協会は、「観光協会または観光連盟は、国や地方自治体などの公的機関と、営利を目的とする民間企業との中間的な存在として、公益的な観光事業を推進する目的で設立される団体です。全国を活動の対象地域とする中央組織（日本観光協会）と、各都道府県または市町村内を主な活動範囲とする地方組織（地方観光協会）とがあり、いずれも地方自治体、観光関係団体、企業等を会員として構成されている。地方組織のうち都道府県におけるものは1992（平成4）年度以後47団体全てが法人格（社団法人46、財団法人1）を有するようになり、一定の組織体制が整えられましたが、市町村におけるものは、政令指定都市等の一部を除いて、その多くが任意団体であり、組織の基盤は「地元行政に依存している」として位置づけられています。現在は、都道府県における観光協会は、37が社団法人、10（うち一般財団法人1）が財団法人です。運営形態や活動地域により、その機能・役割は様々です。

4、社団法人日本観光協会の役割

前述のように、「観光立国」の実現に向け、国をあげての観光政策が推進される中、全国を活動地域として観光振興に取り組む(社)日本観光協会が果たす役割も重要となってきています。

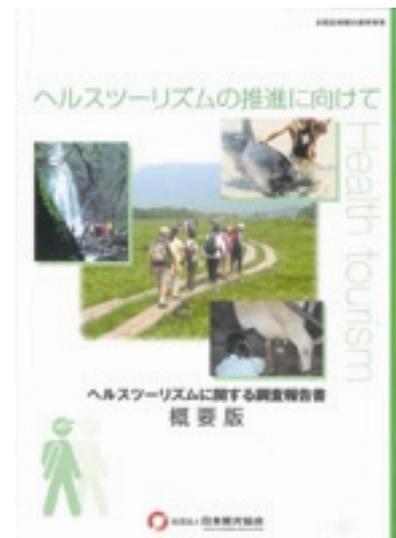
(社)日本観光協会は、観光産業に関する中枢機関として、観光旅行の安全の確保、利便の増進及び容易化等のために必要な事業を行うことで、地域経済、観光産業の発展、国民の生活・文化の向上に寄与し国際親善に資することを目的とし、地方公共団体、観光協会、観光関係団体、鉄道、航空、観光関連企業等全国約 750 の観光関係者を会員として組織されている社団法人です。

主な事業として、観光地域づくりの推進、広域観光の推進、旅フェアの開催、人材の育成、広報事業、観光情報ネットワークの整備、訪日外国人観光客の誘致() (台湾) さらに総合研究所を設け地方自治体等が行う観光基本計画の推進や地域振興に関する事業等について支援協力を行っています。

訪日外国人観光客 外国から観光で日本を訪れることを意味し、インバウンドとも言います。外国からの訪日旅行者を増やすことが、国際理解の促進や日本の経済効果等に繋がるとして、国においては、平成 14 年からビジットジャパンキャンペーン事業(VJC)を実施しています。外国人が旅行しやすい環境整備や国内外における様々なキャンペーン等を実施することで訪日旅行を推進しています。

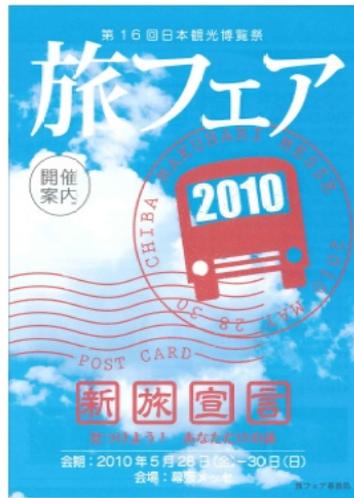
1) 観光地域づくりの推進

優秀観光地づくり賞・花の観光地づくり大賞等、地域住民が協力して優れた観光地づくりを行っている地域を表彰する顕彰事業により、観光地域づくりを支援する他、産業文化財・生産現場を通じて、ものづくりの心に触れる産業観光、フラワーツーリズム等に関しフォーラム、ワークショップ等の開催、健康回復・維持・増進を図るための観光旅行としてのヘルスツーリズム等の、ニューツーリズム(新しい旅のスタイル)の推進による地域づくりを支援しています。



2) 旅フェア

「国内旅行の需要喚起」を主な目的に、全国の地方公共団体・観光協会や観光関連企業が一堂に会し、旅することの楽しさや国内観光資源の魅力伝える国内最大級の旅の総合見本市としての「日本観光博覧祭 旅フェア」を毎年開催、業界関係の相互理解の促進を図るビジネスプログラムも実施しています。



3) 情報提供

都道府県・市町村等の協力を得て、約 16 万件の観光資源、観光施設等についての基礎情報、季節情報を収集し、インターネット（全国地域観光情報センター全国旅そだん）をはじめ一般消費者向けに広く情報発信しています。収集した観光情報は旅行会社や航空会社、地図会社、カーナビ、携帯情報端末、携帯電話等に観光情報を提供する会社等により幅広く活用されています。



全国地域観光情報センター 全国旅そだん
<http://www.nihon-kankou.or.jp/index.html>

4) 総合研究所

観光に関するコンサルタント業務や調査研究業務等を行い、全国各地の観光振興や観光の基礎的研究等に貢献しています。観光振興アドバイザー派遣事業や人材育成支援事業、観光振興のためのビジネスモデルの構築等の観光振興活性化事業等を行うとともに、国民の観光に関する動向調査を（昭和39年より）実施しており、観光の基礎資料として広く活用されています。



5、地方組織としての観光協会の業務

地方の観光協会の業務は、都道府県レベル、市町村レベルで規模や内容等が異なってきますが、一般には行政や企業が単独では実施し難い観光イベントや観光展等のキャンペーン事業、広報宣伝事業、観光案内所の運営等を行っています。

旅行形態の変化や訪日外国人観光客の増加に伴い、観光協会の業務も変化しており、主な事業としては、観光パンフレットの作成・配布等の事業、修学旅行誘致に係る事業、国のビジット・ジャパン・キャンペーンを受けた訪日外国人観光客誘致（インバウンド）事業、観光資源の開発や人材育成等のまちづくり、観光アドバイザーの派遣、旅行エージェント・マスコミモニターツアー等を行うようになっていきます。

1) 観光イベントや観光展等のキャンペーン事業

地域活性化、観光客誘客等を目的として開催される祭りやシンポジウム、フォーラム等の観光イベントの企画実施・支援や、県外で行われる観光展、物産展、イベント等へ参加・協力することで、他地域の人々に対し、地域の観光PRを行っています。



写真：シンポジウムの事務局



写真：観光展でのPR

2) 観光パンフレットの作成・配布

日本人観光客の誘客とともに訪日外国人観光客にも対応できるように、英語・中国語・韓国語等の多国語のパンフレットや、観光施設情報だけでなく口コミ情報や穴場スポット、体験可能施設の情報を掲載するなど、観光客の多様化するニーズに応えられるよう内容の充実したパンフレットを作成し、観光情報センター、観光案内所、宿泊施設やイベント会場等で配布しています。

参考：旅行に出かける前の情報源について、家族・友人の話（37.9%）が一番多く、次いでインターネット（37%）、パンフレット（33.6%）、ガイドブック（32.1%）となっています。

インターネット内訳は、インターネットでの広告（19.2%）、インターネットでの書き込み情報（15.7%）、ブログからの情報（2.1%）

（社）日本観光協会 平成20年度調査

3) 観光案内所等の運営

地域の観光の玄関口である観光案内所や観光施設の管理運営を行っています。特に観光案内所では当地を訪れた観光客へのきめ細かい情報発信が要請されます。



写真：観光客への情報提供



写真：観光案内所の様子

4) 修学旅行誘致

継続性、経済波及効果、地域を理解し将来のリピーターに繋がる可能性があることなどから、修学旅行誘致が積極的に行われています。修学旅行誘致に向けた取り組みとしては、現在の修学旅行が体験学習を求めている傾向を踏まえて、地域カラーを出した体験型紹介冊子の作成、関係機関の訪問などの広報活動等を行っています。

さらに、最近では、国内の修学旅行誘致だけでなく、海外（台湾・香港・韓国等アジア圏等）からの訪日教育（修学）旅行誘致も積極的に行われています。



写真：訪日教育旅行視察団受入



写真：日台教育旅行交流座談会

5) 訪日外国人観光客誘致（インバウンド）事業

平成 14 年、日本人の海外旅行者が約 1,600 万人であるのに対して、日本を訪れる外国人旅行者は、その 3 分の 1 以下である約 500 万人に過ぎないことから、その格差を是正しようと、国においてはピジット・ジャパン・キャンペーン事業が実施され、海外からの観光客誘致に取り組んでおります。

この動きを受け、地方においても、積極的に訪日外国人観光客誘致（インバウンド）事業が行われるようになりました。まず、情報発信方法として有効であるホームページを英語だけでなく、繁体字（台湾）簡体字（中国）韓国語と、数カ国語に渡って翻訳しているところも少なくありません。その他に、海外旅行エージェントやマスコミ関係者の視察受け入れ、観光説明・商談会や国際観光展への出展等の海外プロモーションの実施等が行われています。



写真：台北国際旅行博（ITF）の様子



写真：マスコミ関係者の視察受入

6) まちづくり

各地域において魅力ある観光地域づくりが推進される中、観光協会もまちづくりの中心的な存在として様々な事業を行っています。まちづくりを成功させるには、地域住民、民間団体、自治体が一体となって取り組むことが重要です。

(1) 観光資源の開発

観光資源になりうる可能性があるにもかかわらず埋もれていた資源に光を当てることで、新たな観光資源としてPRしたり、新商品の開発を行うなど、魅力ある観光地づくりを進めています。

(2) 歴史・自然・文化の保存、活用

歴史的建造物や古い町並みの保存・活用、古くから伝わる祭りなどの文化、自然を維持し、観光資源としてPRしています。古い建物を、ミニコンサートやギャラリーの場として使用

している地域や、地域を支えてきた地場産業の工場や製品を産業観光として活用している地域もあります。

(3) 環境づくり

まちづくりを進める上で、受入態勢の整備も必要となります。そこで、観光協会や自治体は、地域住民や民間団体では対応しきれない観光客増加に伴う公共のトイレの増設や案内看板の設置、交通アクセスの利便の増進、観光施設の老朽化に伴う修理など景観や環境等に十分に配慮した受入態勢の整備を行います。

(4) 人材育成

観光協会では、次世代のまちづくりを担う人材の育成のため、セミナーや講座等を実施しています。特に、地域の顔として観光客を迎え、歴史・文化・食生活など地域独自の魅力を伝える観光ボランティアガイド等の存在が重要視されるようになり、観光ボランティアガイドの事務局や、連絡協議会の事務局を担っている観光協会等は、質の高いボランティアガイドの育成にも力を入れています。



写真：研修会の様子



写真：観光ボランティアガイド全国大会

6、まとめ

観光立国の実現に向け、平成 20 年 10 月に発足された観光庁では、2泊3日以上滞りが可能な「観光圏」を形成し、国際競争力の高い魅力ある観光地づくりを推進する「観光圏整備法」、観光振興に取り組む民間組織を支援する「観光ルネサンス補助制度」、総務省では、魅力ある地方に生まれ変わるために独自のプロジェクトを考え取り組む地域に対して「がんばる地方応援プログラム」等を実施しております。このような政府の動きを受け、(社)日本観光協会は、地域における観光振興をさらに進めようと、観光関係団体等と協力しながら、各地における魅力あるまちづくりの支援やニューツーリズムの推進を行っております。そして、地方組織の観光協会は、観光パンフレット作成・配布や観光案内所での業務だけでなく、観光資源の開発や人材育成、受入態勢整備等のまちづくりや訪日外国人観光客誘致(インバウンド)等の様々な事業に取り組むようになりました。さらに、観光の形態が変化し、地域が持つ着地情報が重要視されるようになったことで地方の観光協会による効果的な情報発信が求められるようになるなど、同観光協会が果たす役割はさらに重要になってきております。

また、観光振興を図る上で、従来の行政単位を超えた広域連携は欠かせない要素となり、自治体、観光協会、民間組織等をメンバーとする広域連携組織が設立され、観光展でのPRを始め、広域観光ルートの設定、情報発信、訪日外国人観光客誘致(インバウンド)事業等が実施されております。現在は、(社)北海道観光振興機構、東北観光推進機構、中部広域観光推進協議会、関西広域機構、中国地域観光

推進協議会、四国ツーリズム創造機構、九州観光推進機構が設立されています。

このように、国の目標とする観光立国の実現のために、新たな組織が作られるなど様々な動きが見られますが、観光協会は、地域づくり・まちづくりの重要な一員として、また、民間企業と公的機関の中間的な存在として、そして観光のプロとして先頭にたって観光の推進に努めております。

【参考資料】

観光庁ホームページ <http://www.mlit.go.jp/kankocho/index.html>

観光辞典（(社)日本観光協会発行）

SS 1 5 農山漁村における体験型観光

執筆者：鹿熊勤氏（自然系ジャーナリスト）

エコツーリズムやグリーンツーリズムは、自然環境に恵まれた地域のみが実施しうる、近年、最も注目されている地方型経済活動の一つです。奈良や京都などの古都が、固有の歴史資産（史跡・建物・行事・文化など）を体系化して観光集客に結びつけているように、地方の農山漁村では、集落独自の風景美や周辺の自然、それらの環境を背景に営まれてきた文化・技術・生み出される様々な産物が観光的資源になりつつあります。



ここでは、農山漁村における体験型観光の意義や仕組み、考え方を、事例と共に学びます。

写真：
条例で農村の茅葺き景観を保全し、「美しい村」として人気を集めている京都府美山町（現・南丹市）

1、名もない農山漁村が「旅先」になりはじめた理由

20年ほど前まで、名所や旧跡など定番型の観光資源を持たない「普通の農山漁村」が、本格的なツーリズムの舞台になるなどというのは信じられないことでした。

エコツーリズムやグリーンツーリズムが急激に盛り上がってきた背景には、様々な理由が考えられます。一つは、都市が自然からあまりにも離れすぎてしまった反動です。

高度経済成長以降、日本の人口は地方から都市へと急激に集中しました。都市圏は年々膨張を続け、比較的良好な自然が残っていた郊外の農地や山林も宅地開発などで失われています。例えば東京の人口は、高度経済成長期をピークに、1994 - 1995年の2年間だけを除いてずっと転入超過、すなわち人が増え続ける状態にあります。

図 3 大都市圏の転入超過数の推移（昭和29年～平成17年）

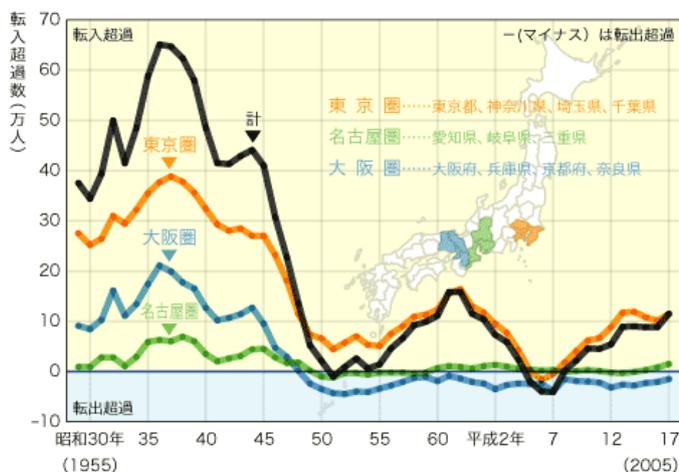


図 1：三大都市圏の転入超過数の推移

出展：総務省統計局のデータ

食の安心安全や化学物質過敏症などの問題も、人々に「自然」の存在を再認識させています。地球温暖化や生物多様性の危機といった環境意識が世界的に高まり、消費行動や社会活動の視点が、少しずつ自然共生の方向へ向かっていることも大きな要因でしょう。また、日本人が常に強く意識してきた欧米の余暇動向がエコツーリズム・農村滞在型に向かっていることや、ユネスコの世界遺産登録制度なども背景として見逃すことはできません。

加えて浮かび上がるのは、既存の観光産業の一部が、「光」(輝かしい存在)を、「観る」(体験して心の糧とする)という本質を忘れ、形骸化、制度疲労を起こしている、あるいは、時代に合わせる変革努力を怠って、次第に魅力を失いつつあることです。

実は今後、地方においてエコツーリズムやグリーンツーリズムなどをプロデュースする際に最も注意しなければならないのが、こうした形骸化、通俗化です。自然を希求する人たちの思いや心理を忘れた提供者本位の運営は、表面的にはエコ型・グリーン型であっても、目の肥えた利用者にはいつか見抜かれ、行き詰まりを迎えるでしょう。

2、マス型ツーリズムはなぜ失速したのか

エコツーリズムやグリーンツーリズムは、ありのままの自然や農山漁村の暮らしに接することができる「リアリズム」と、いわゆる観光的なものとの一線を画した「新しさ」が魅力の要素です。ただし、今エコツーリズムやグリーンツーリズムに脚光が集まっているのは、現時点における日本の余暇水準に比較すれば新鮮で面白い、ということに過ぎず、各地で同じような体験型観光が増えてくれば、参加者の要求水準はおのずと底上げされ、競合も激しくなり、自己変革を怠った事業者のプログラムは独自性が急速に薄れ陳腐化する恐れがあります。

余暇に十分な時間やお金を投じることができなかつた時代の日本では、旅は特別な存在でした。江戸時代に大ブームとなる伊勢参り以来、神社仏閣を擁する聖地や、すぐれて風光明媚な土地は「一生に一度は訪れたい」特別な場所に位置づけられてきました。

江戸時代、伊勢参りに要する費用は現在の海外旅行に匹敵するほどの大金でしたが、地域の「講」(積み立て制度)によって賄われました。御師(おんし)と呼ばれるコンダクターが村々の参拝者を団体に取りまとめて伊勢まで案内。到着すると、大名のような至れり尽くせりの食事やサービスで歓待されました。この「一生に一度の贅沢」という感覚は、のちの団体旅行システムに引き継がれていきます。

しかし、交通手段の発達による移動の短縮や週休二日制の導入などで可処分時間が増え、情報量も増大したことで、ツーリズムは多様化しました。既存のマス型観光は、以来、次第に求心力を失っていきます。行動属性も職域や地域共同体から、友人や家族、カップルなどの小グループの時代になり、団体客を前提に構築されてきた(甘えてきたとも言える)サービスに限界が見え始めてきました。そうした余暇事情を背景に登場したのが、農山漁村への滞在という、これまでにない時間の過ごし方です。

3、農山漁村滞在型観光の主な種類

1) 農家民泊

農家に泊まりながら、農作業や家事の手伝いなど様々な体験をします。農家民泊は、宿泊と飲食業務だけを提供する既存の民宿とは異なります。

2) 農家レストラン

地域でとれた食材の特色や、農家らしい建物の雰囲気を生かしながら、農家自身が料理を作り提供する食事処です。



写真：農家レストラン（大分県大山町「木の花ガルテン」）



写真：木の花ガルテンのバイキング



写真：長野県小川村「小川の庄」のおやき



写真：農家レストラン

囲炉裏時代の建物をそのまま生かしたのから、洋風建築まで様々。料理も、おやきなどの郷土料理から創作料理のバイキングまで多岐にわたるが、地産地消が原則。

写真：古い建物を生かした農家レストラン（宮城県加美町「ふみえはらはん」）

3) クラインガルテン

ラウベと呼ばれる滞在施設付きの貸し農園です。年間単位で貸し出し、利用者はラウベで寝泊りしながら野菜作りを楽しみます。地元の農家が栽培指導にもあたります。

4) ワーキングホリデー

収穫支援などを通じ、農村体験と農家との交流を楽しむツアーです。支援をする側が費用を支払い参加。農家民泊ともリンク、費用には宿泊代や食事代が含まれます。

5) 農業公園

農村の様々な資産要素をハード化・ソフト化した複合型観光施設です。多くの体験施設やプログラムを用意、様々な人々の要望にこたえます。

6) エコツアー・自然学校

農地を含む自然を舞台に、環境の仕組みや人と自然の関係などを学ぶ、あるいはたくましく生きる力を養うツアー・学習プログラムです。

7) 修学旅行・総合学習

近年、農山漁村は校外教育の場としても注目されています。これらの教育ツアーは、上記の農家民泊、エコツアー・自然学校とも連動しています。



写真：岩手県山形村＝現・久慈市
農山漁村を修学旅行や校外学習の場を選ぶ学校も増えてきた。田舎のくらしや農作業体験は都会の子どもたちにも好評。

8) 農産物直売所

農家自身が運営する農産物の販売所です。商品を通じて地域の魅力を伝えます。農家自身が自ら店頭立つことで、来訪者と交流を深めることができます。80年代から各地に登場、現在では全国に約1万2000か所以上あるといわれています。



写真：直売所（左・大山町 右・無人直売所）
地域自立運動の象徴ともいわれる農産物直売所。
個人の無人販売所から、年間10億円を売り上げる
スーパーマーケット並みの規模のところまで様々。

4、誰のための、何のためのツーリズムか

これらのツーリズムは、絶対唯一の風景美や歴史的特性などを柱としてきた既存の観光資源とは異なります。そこそ自然に恵まれた“田舎”であれば、また、知恵を絞ればどの地域でも実施できそうなものばかりですが、企画立案に際しては「誰のための、何のためのツーリズムなのか」ということを念頭に置く必要があります。

既存のマス型観光が「一度は行きたい」というニーズを満たしてきたのに対し、農山漁村滞在型のツーリズムでむしろ重要になるのは「何度でも行きたい」と感じさせる魅力づくりです。

地方の組織は、都会の大きな企業などと違い、PRに大きな予算や労力を費やすことはできないため、活動の告知にはおのずと限界があります。仮に大きくアピールすることが可能でも、恒常的に大量の来訪者を受け入れることは難しく、かえって良好な資源である景観や集落の雰囲気破壊することになりかねません。理想は、ほどよい数の人が、年に何度も訪れるような持続的なシステムづくりです。

東京ディズニーランドやユニバーサルスタジオジャパンのようなアトラクション型の大型施設でも、人気を支えているのはリピーターで、年に何度も通うヘビーユーザーを多数抱えています。こうした「真のファンづくり」は、多額の広告宣伝費を投入して入り込み客数を大きく伸ばすこと、すなわち売り上げ至上主義に陥った観光システムが、本音ではわかっていながら置き忘れてしまった要素とも言えます。

5、リピーターは何に魅かれるのか？

リピーターが体験型のソフトを評価する心理には二つあります。一つは、何度体験しても飽きない奥深い魅力があること。もう一つは「次はどんな面白いことを体験できるのだろう」という期待感を満たす、様々なプログラムが用意されていることです。前者のような定番ソフトの開発も重要ですが、来訪者のリピート化でむしろ役立っているのは、後者のように、常に新しいことを提示する姿勢です。といっても、それは必ずしも難しいことではなく、農家レストランで言えば、春夏秋冬の旬を大切にす、メニューを固定化せず、同じ野菜でも調理方法を変えて提供するなどの、ちょっとした工夫です。

素材やプログラムは“作り物”の企画でなく、リアリティーとオリジナリティーが重要です。ソフトづくりは、常に地域の産物や自然、伝統文化、人的資産から見出した“ほんまもん”であるべきです。よそで人気のプログラムであるからといって、その地域にそのまま取り入れても成功するとは限りませんし、どこでも体験できるものほど陳腐化しやすいという厳しい現実を忘れてはいけません。

プログラムの理想は、地域の魅力をより実感できる「物語性」「説得性」が仕掛けや味付けとして隠されていて、参加者が楽しみながら理解を深めていけるものです。告知（PR）に際しても、凡百の企画では話題になりにくく、メディアに露出する機会は少なくなります。アイデアがユニークであるほど話題性が増し、クチコミ効果も高くなります。

6、そもそも、自然・農村体験型観光の目的は何か？

エコツーリズムやグリーンツーリズムをプロデュースする目的の一つは、第一次産業を中心とした既存の地域経済を補い、働く場を増やすことです。ここ数年、高齢過疎化で中山間地域の集落機能維持が困難になる「限界集落」問題がクローズアップされていますが、これらの現象は、つきつめれば経済問題、労働問題と考えることができます。かつて、地方から都会へ出て行くのは農家の次男三男、あるいは娘たちでしたが、近年は家の後継者である長男さえも、仕事を求め都会へ出て行く流れが止まりません。

実は歴史的に見ても、農業や林業一本で暮らせた地域は珍しく、かつての農家（林家）は、それを補う様々な副業を持っていました。農閑期に炭を焼く。あるいは縄をない、草鞋を作り、身近にある竹や蔓で日用品を編む。行商を農閑期の仕事にした地域もありますし、鍛冶や大工仕事、酒造りの技術を地域で保持し、集団で季節労働に出た例もたくさんあります。多くの農家は本来、多角経営・複合経営で暮らしを立てていました。自然の中で様々な技術を身につけた「百姓」ならではの知恵ですが、こうしたスキルは時代の変化とともに役目を終えていきました。

地域に働く場とくらしの意欲をもたらすエコツーリズムやグリーンツーリズムは、農山漁村地域における現代の副業資源と位置付けることもできますが、さらに大きな可能性を秘めています。来訪者との膝を交えた交流により、様々な考えや価値観、知識が地域の人たちにもたらされ、蓄えられた多くの情報をもとに、ものごとを複眼で見る習慣や新しい発想方法、議論の進め方などが身に付くことです。

例えば、子供の頃から毎日見ているため何も感じなかった山や川が、都会の人にとっては心癒される景色であることを知ってから、愛おしい存在に思えてくる。米づくりや野菜の収穫、食品の加工体験などに喜々とする都会の子供たちを見て、農業の根底にある「命を育てる」「ものをつくって暮らす」ことの楽しさを再認識する。行政や農協などに頼りきるのでなく、自ら企画を練り営業活動を積極的に推進する。エコツーリズムやグリーンツーリズムに訪れた人たちは、地域経済を活性化させるだけでなく、農山村に根を張って生きることの誇りと喜びを取り戻してくれる可能性を秘めています。

一見客を大量に誘導し続ける既存のマス型観光では、経済的な効果ばかりが目され、生きる意欲といった活性要素は軽視されてきました。リアリズム（ほんまもん）が資源の体験型観光は、地域を持続的に発展させる現代の副業であり、田舎に移り住みたい都会人にとっても理想的な働き口、あるいは起業の足がかりになります。

7、各地の成功事例と波及効果

1) グリーンウッド自然体験教育センター

人口約 2000 人、長野県で一番小さな村、下伊那郡泰阜村にある N P O 法人・グリーンウッド自然体験教育センターでは、1993 年から都会の子供たち（小学 4 年生～中学生）を 1 年単位で預かり、地元の学校に通わせる山村留学事業「だいだらぼっち」を行なっています。定員は年間 20 人、留学費用はひとり 1 か月 8 万円。管理費を含めるとひとり年間 100 万円強（留学費のうち月 1 万円

は泰阜村が保護者に補助し、20人分で約2000万円がグリーンウッドの収入です。理想の運営を考えると定員は現在の20人でほぼ限界ですが、これだけでは毎月の留学費のほとんどが生活実費に消え、収支計算上はスタッフの人件費まで手が回らないといえます。

ところが、この山村留学は意外な副産を生んでいます。休日になると子供たちに会うため家族が都会から訪れ、併設の宿泊施設に泊まっていくのです。こうした来訪者は、20人の留學生に対し、年間延べ計算で1000人（泊）にも達するといえます。また、子供集団の管理や自然教育のノウハウを生かし、夏休みに開催する「信州こども山賊キャンプ」も大きな収益源です。

山賊キャンプの趣旨はイベントというより短期留学で、子供たちだけで野外生活・自然体験に挑戦することで、生きる力やおもいやり、協調精神などを養います。山賊キャンプは、毎夏参加するリピーターが非常に多いのも特徴で、事前に内容を知らせないミステリーツアーや、参加回数が増すごとに長期のキャンプ泊にエントリーできるステップアッププログラムが人気の秘密になっています。2007年の夏休みは、アジア諸地域からの参加を含め、関東・中京・関西・長野県を中心に全国各地から1087人の子供たちがキャンプを楽しみました。グリーンウッドの収入は現在、1億円を超え、今や村内有数の事業所に数えられています。

多くの来訪者の食事を賄うために、地元泰阜村だけでなく、県内の契約農家やパン店などから良質な農産物や加工品を調達、地域経済へも地道に貢献しています。また、子供たちの元気な声は、少子高齢化の象徴のような村に活気と希望を与えています。



写真：(左)こども山賊キャンプ (右)猪の解体
「グリーンウッド自然体験教育センター」は、長期の山村留学と短期の自然体験の2本柱で運営。自然に根ざしたくらしや体験学習を資源に、持続可能な地域づくりを目指す。

2) 伊賀の里 もくもく手づくりファーム

昭和63年、三重県伊賀市に養豚農家らが設立した銘柄豚振興のための組合が母体です。地域の学校から求められて始めた「手づくりソーセージ教室」が評判を呼び、次第に観光型の体験プログラムに成長。売り上げを新たなハードに投入する形で、手づくりハム・ソーセージを軸とした地産地消型の自然食レストラン、地ビールとパン工房、温泉、農産物直売所物、宿泊施設などを運営、総合農業公園として成長してきました。年間売り上げは、中京各地に出店している直営レストランを入れると35億円。東京ディズニーランドを含むテーマパークや動物園・水族館などレジャー施設の全国ランキング調査の中でも上位に付けています。「もくもく」は、ごく普通の農村地帯の中にもありますが、5月の連休には1日に1万人もの来訪者があり、周辺の道路が大渋滞を起こすほど

です。

年間来訪者約 40 万人のうち、じつに 7 割がリピーターであるといいます。再訪の動機になっているのは、飲食・販売施設よりも敷地内の施設や農地を舞台にプログラム化されている体験事業です。ソーセージづくりを筆頭に、薪窯のパン教室、乳搾りや米づくりなどの農業体験など様々なソフトが用意されており、エコツーリズム・グリーンツーリズムの精神と技術に通じたインストラクターのもと、実費で体験することができます。年間に訪れる 40 万人のうち 10 万人が、飲食や買い物などの他にこうした体験プログラムを楽しんで帰るといいます。これらの施設では、自家生産を含む地域の農産物が利用されるため、雇用を含め大きな地域還元効果を発揮しています。

施設内では、自然共生のポリシー＆メッセージが随所に表れています。宿泊棟のテレビでは、部屋ごとの電力消費量がリアルタイムで表示されます。風力発電でジュースを回して絞った生ジュースなども人気のあるアイデアです。ごみの出ない弁当や水筒に限り食べ物を持ち込みもOKで、レストランなどでは、トレイをセルフで戻すとその分の人件費が環境保護基金に寄付される「おかえりコイン」制度も取り入れられています。

スタッフには年に一度、長期休暇が与えられていますが、ほぼ全てのスタッフが、この時間を視察旅行や食べ歩き、余暇産業や環境学習などの自己啓発に充てているといいます。



写真：おかえりコイン



写真：風力発電ジュース



写真：ソーセージ作り教室

もくもく手作りファーム
自然食レストランから地ビール工房、温泉、直売所まで備えた農業公園「もくもく手づくりファーム」。自然共生型の体験プログラムや施設内の仕掛けが、リピーターを呼んでいる。

3) 体験型民宿「たばた」

栃木県の体験型民宿事業の第 1 号に認定された民宿「たばた」は、クヌギやコナラの里山に囲まれた栃木県茂木町にあります。都会から遊びに来た子供たちが、田んぼの代掻きや農作業の耕運機に目を輝かす様子に気づいた関戸良一氏が、農村体験プログラム付きの民宿経営を立案。宿泊料に

1,000 円程度の体験料を上乗せして、蕎麦打ちや農作業、生き物遊びが楽しめる宿泊パックを手探りで作り上げました。当初、体験指導は家族でまかなっていましたが、クチコミで人気が高まり、手が回らなくなる心配が出てきました。そこで関戸氏は、集落全戸に声をかけ、高齢者を中心に各戸 2 名ずつ登録インストラクターを委任。農村・自然体験を希望する宿泊客に、交代で遊びの先生になってもらうことにしました。農村の高齢者が、竹細工やかご編み、カブトムシ捕り、ドジョウ捕り、釣り、山菜採り、炭焼き、餅付きなど様々な自然型スキルを持っていることに着目したこの仕組みに旅行会社も注目しました。日帰りの体験バスツアーも加わって、この 1 軒の民宿には年間延べ 1 万人もの体験希望者が訪れます。

こうしたシステムを構築できたのは、関戸家が古くから続く庄屋で地域の信頼が篤いことと、何よりも関戸氏のバイタリティーです。様々なスキルを持つ人を「優れた人財」と位置づけ、都会の人たちと交流を持たせるきっかけ作りとなったこの登録制度は、高齢者に「人の喜ぶ顔を見ると自分も元気になる」と、生きる張り合いを与えました。また、収入のインストラクター料は、年間総額こそ大きなものではありませんが、現役で社会に役立っているという実感をもたらしています。

インストラクター料は、プログラムやスキルのレベルにもよりますが、多い人で 1 回 2 時間 4,000 円(時給 2000 円) 年間で 20 回以上の体験指導をこなしています。この登録制度のような発想は、地域をプロデュースする際のよい手本の一つに挙げることができるでしょう。



写真:(左)蕎麦うち (右)竹細工

様々な暮らしのスキルを持った地域の高齢者に講師を委託、個人宿泊施設ながら驚異的な集客率を上げている民宿「たばた」。高齢者に社会と関わり続ける喜びを与える。

撮影 / 和田悟

8、活力ある農山村滞在型観光に共通するもの

活力ある農山村滞在型観光には、いくつかの共通点があります。一つは人材です。いくら地域にすばらしい潜在資源があっても、存在に気づき、活かせる「人」がいなければ状況は変わりません。エコツーリズム・グリーンツーリズムの起業に際しては、以下の3つの才能が揃うことが理想です。

調整・統括・決断能力にすぐれた敏腕プロデューサー

発掘した地域資源を発想豊かにわかりやすく企画・商品化できる、センスあふれるプランナー
(デザイナー)

企画・商品化された地域資源を、積極的に売り出していくことができる熱血営業マン

一人が3役をこなしている事業体もあれば、それぞれに適任者がいるケース、役所や農協なども参加し、地域としての確に役割分担をしているところもあります。Iターン定住者が“よそ者”ならではの客観的視点や、前職のプランニングやコンピュータ技術、営業経験などを生かして活躍している例も多く見受けられます。その他の共通点は、何でも「面白がれる」乗りと、とにかく「やってみる」積極性があることです。もちろん行動力も重要ですが、プランをわかりやすく説いて周囲の賛同を得る粘り強い交渉力も必要です。

成功しているプログラムの種子は、意外に田舎ならごく普通にあるものだったり、既に誰もが省みなくなっているような小さなものです。常識ではとても未来の種子が眠っているなどとは考えられないものでも、その中にきらりと光る存在を見出した自分の直感に自信を持ち、どのようにすれば企画化が可能かを考えることです。固定観念や予断(先入観)は、様々な視点から資源を見つめ直す発想を妨げ、行動力を鈍らせます。そもそも、エコツーリズムやグリーンツーリズム自体が、日本ではまったく常識外の余暇形態であったことを思い出してください。

SS16 事業企画・運営の実際

執筆者：増田直広氏（財団法人キープ協会）

テキスト「体験プログラムの実際」では、プログラムの展開方法を中心としながら、企画や評価の基礎的な考え方についても触れました。本テキストでは、企画や評価といった事業の構成要素について、より深く掘り下げることで、現場におけるプログラム提供の裏側にある事業運営の考え方と方法について学びます。



1、事業企画・運営の基礎的理解

1) 事業の3段階

自然体験活動やエコツアーは、プログラムを「実施」している時間に光が当たることが多いですが、実は参加者に見えない部分の方が大きなウェートを占めています。見えない部分とは「企画」と「評価」です。ここでは企画を準備段階の総称と考えてみてください。プログラムそのものの企画は勿論、受付、広報、事前の参加者とのやりとり、下見などを含みます。同じく評価もプログラム事後の総称と考えてみましょう。プログラムの評価は勿論、収支報告書作り、関係機関への報告、参加者へのフォローなども含みます。

事業の3段階と呼ばれる企画・実施（運営）・評価の流れを意識しないと、自然体験活動やエコツアーは良いものとなりません。自己満足のプログラムや成長のないプログラムとなることもあるでしょう。

上記3段階を事業のマネジメントサイクル（管理サイクル）と呼ぶこともあります。これは企画・実施（運営）・評価の流れを意識して事業を運営することです。「企画 = Plan」「実施（運営） = Do」「評価 = Check」の英語の頭文字をとってPDCサイクルと呼ぶこともあります。Checkの代わりに同意語であるSeeやReviewを使うこともあります（PDSサイクル、PDRサイクル）。さらにCheckの後の行動や改善も大切にするためにActionを付けることが多いです（PDCAサイクル）。

マネジメントは「管理」や「経営」と訳されていますが、筆者の所属するキープ協会では「運営」や「最適化」の意味も含めてこの言葉を捉えています。一方、事業の3段階の中のDoを運営と訳すこともあります。両者が混同することもあるので、ここではDo = 実施（運営）、一連のサイクルを回すことを管理と呼ぶことにします。

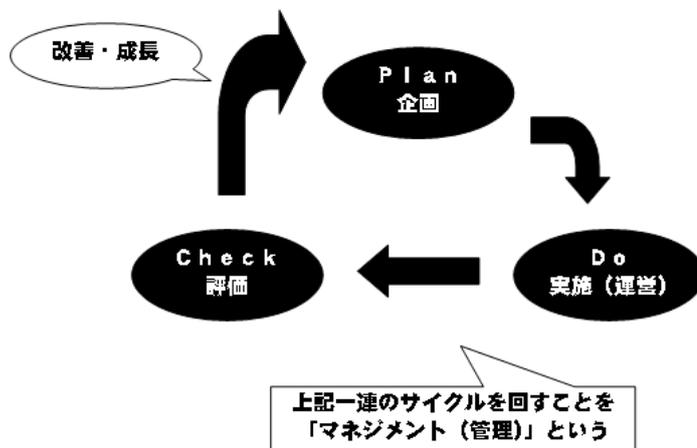


図 1：マネジメントサイクル

マネジメントサイクルは、そもそも産業界において生産性（成果や効率）を高めるために導入されたと言われてしています。現在では企業において当然のものとして考えられています。企業が生き残るためには、より良い製品やサービスを提供することが求められているからです。

2) 自然体験活動やエコツアーにおけるマネジメントサイクル

キープ協会の自然体験活動においてこのマネジメントサイクルを強く意識し始めたのは、1990 年代の終わりといつ最近のことです。より良いプログラムを提供するために導入された視点と言えるでしょう。

続いて、それぞれの段階における役割や要素を考えてみましょう。

(1) Plan (企画)

- ・ Do (実施) を支える要素
- ・ キープ協会では 1990 年代後半から企画の重要性を学ぶセミナーを開始した
- ・ 企画作り、広報、受付、参加者とのやりとり、実施準備など準備作業の総称

(2) Do (実施、運営)

- ・ 参加者に実際に見える部分
- ・ 「こんにちは」から「さようなら」までの時間
- ・ ただし、この部分が偏重されると自己満足のプログラムとなる

(3) Check (評価)

- ・ 次の活動の原動力となる要素
- ・ キープ協会では 1990 年代終わりから評価の重要性を学ぶセミナーを開始した
- ・ 収支報告書作り、関係機関への報告、参加者のフォローなど事後作業の総称

ここで注意したいのは、評価のタイミングが「Check」の段階だけということではないことです。つまり、Plan の段階での評価（企画の妥当性の評価）、Do の段階での評価（プログラム中のスタッフミーティングなど）も考える必要があるということです。このことにより、プログラムや組織はさらに成長していくでしょう。

キーブ協会の主催事業の中に清里エコロジーキャンプがあります。1985年に始まったキャンプ(宿泊型プログラム)で、これまで67回実施してきました(2007年12月現在)。今思えばこのキャンプはPDCによって成長してきたと言えます。当初はスタッフによるプログラム提供の時間が多かったのですが、「自分のペースで楽しみたい」という参加者からの声に応える形でフリープログラムという時間ができました。各回のキャンプテーマに沿った時間を参加者自ら作り出していきます。参加者の声に応える形でプログラムを修正しましたが、これが結果PDCサイクルになっていたのです。マネジメントサイクルによって成長していくことを「スパイラルアップ」と言います。毎回の成長はわずかで良いのです。小さな成長を重ねていくことが確実な成長につながります。プログラムだけでなく、スタッフや組織を成長させるマネジメントサイクル、ぜひ大切にしていきたいものです。

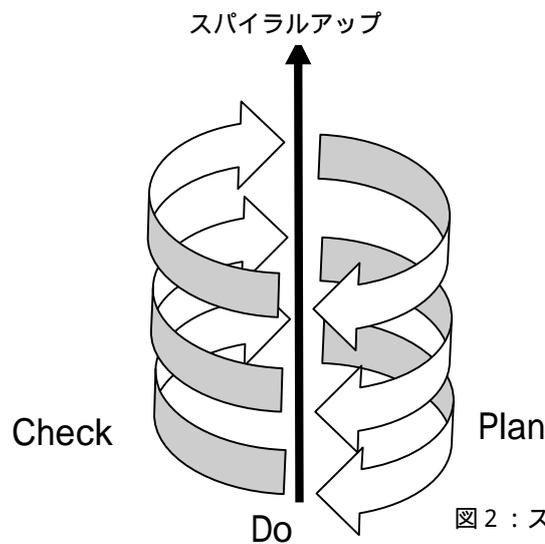


図2：スパイラルアップのイメージ

2、事業企画・運営の構成要素

1) 事業企画・運営を構成する要素とは

本項では事業の3段階をさらに細かく掘り下げて、それぞれの段階を構成する要素を考えてみましょう。まずは練習問題として、各段階の構成要素を書き出してみましょう。以下の表に思い浮かぶものを記入してみてください。

表1：事業の3段階における構成要素書き出し表

	構成要素
Plan (準備段階)	
Do (実施段階)	
Check (事後段階)	

皆さん、どんな要素が挙がりましたか？

Planには、企画作り・広報・受付・参加者とのやりとり・実施準備・安全管理（危険予知）などが入るでしょう。DoとCheckにも様々な要素が入ったことでしょう。どんなプログラムにも共通して挙がる要素があれば、特定のプログラムだからこそ挙がる要素もあるかもしれません。プログラム実施前にはそれら要素をチェックリストとして活用していけば、良質なプログラムが実施できるはずで、また、プログラム終了後にはそれら要素に基づいて評価すれば、あちこちに話題が飛び過ぎずに効果的な評価ができるはずで。

これらの要素をマネジメント項目と呼ぶこともあります。この要素や項目をより良くマネジメント（管理）することにより、良質な自然体験活動やエコツアーを提供することができるでしょう。

2) 自然体験活動 企画・運営ハンドブック

自然体験活動やエコツアーにおける事業の3段階と構成要素を整理した本が、『自然体験活動 企画・運営ハンドブック』（キープ協会、2001年）です。自然体験活動の作り方を10の大項目に整理しています。対象者は子どもであること、集合場所が都市地域であること、宿泊型プログラムであることを前提にしていますが、上記以外のプログラムにとっても参考になる視点が書かれています。

以下、大項目とその説明文を紹介します。

より分かりやすい表記にするために、ハンドブックで紹介している10項目の順番、文言を変更している箇所があります。

(1) 企画

良質な自然体験活動の機会を提供するためには、「ねらい」とそれにふさわしい時間と場所、そして指導者と参加者や必要な備品などを揃え、展開の筋書きを書くこと＝「企画づくり」が非常に重要である。また企画書にまとめ、関係者や協力者に事業の趣旨や内容を伝えることや収支や資金の計画を作ることも大切である。

(2) 運営組織

事業を運営するための組織づくりである。プログラムの指導や進行、参加者の生活指導、そしてそれらを支える裏方という3つの役割が必要である。それぞれについて必要な運営スタッフや人数を確保し、スタッフ向けの説明会や打合せ、研修会等を行うことが必要である。

(3) 広報

広報は参加者獲得のために、この事業の案内を「来て欲しい対象者」に対して、あらゆる手段を用いて的確に届けること。また参加者の獲得だけでなく、この事業の実施主体が何をねらって、どんなことをしようとしているのかということを広くアピールし、社会的な認知を得ていくためにも大切である。

(4) 受付

申し込み受付を円滑に行うとともに、参加者や保護者に対して精神的、物理的な準備を促す情報を届けることが必要である。そのことによって様々な懸念や不安を取り除き、信頼関係を作り上げることができる。また参加者や保護者からは予め健康状態や日常生活等についての情報を得ておく大切な機会である。

(5) 安全管理

いくら良いプログラムを提供できたとしても、たった1つの事故や怪我等でその意味は無に帰してしまふことさえある。しかし「危険だからやめておこう」式の考え方では参加者の体験の幅は広がらない。事業の企画、準備から実施、評価に至るまで「危険要素とどうつきあうのか」を考え、自然体験活動を実行することが大切である。

(6) 生活

宿泊型の事業でも幕営や自炊を中心にした活動から、快適な宿舎で生活する事業までタイプは様々である。いずれにせよ、親に依存する日常生活から離れ、参加者が自立した生活を送れるように支援するとともに、環境への配慮あるライフスタイルの実践も心がけたい。

(7) 実施の準備

円滑に事業を進めるための、実施数日前から開会直前にかけての最終段階である。実際に必要な備品やスタッフを揃えること。最終の「進行表」を作成し、スタッフ全員で確認すること。そして参加者を無事受け入れることがここでの大切なポイントである。

(8) 当日の運営

実際に参加者を迎え、スタッフと共に過ごし、良き学びをしていく為の「関係づくり」が始まる。また自然の中での体験プログラムが展開していくことで、参加者同士の関係や1人1人の内面の中に様々なプロセスが生じてくる。そこへ援助・促進などの働きかけもきわめて重要である。

(9) 評価

評価は以下の目的を持って行う。事業の成果を測るため、関わったスタッフの成長のため、事業自体の改善・成長のため。参加者や保護者をはじめ様々な観点からのフィードバックを得て総合的なものとしたい。また次回に向けての具体的な取り組みを考えていこう。

(10) 実施後の対応

終了後も「やりっぱなし」にならないよう、モノ、ヒト、お金等の様々な後処理をきちんと行い、またその報告を行うことが必要である。また今後の実施に向けてのネットワークを形成し、参加者への事後のケアやコミュニケーションに取り組むことも大切である。

さらに、10大項目の下には小項目を設定し、自然体験活動の作り方を100項目に分解して紹介しています。100項目についての詳細は添付(表4)のチェックシートをご覧ください。

3、事業企画・運営の実際

1) 森療時間とは

ここではキープ協会のプログラムを事例に、事業企画・運営を学んでいきましょう。

紹介するプログラムは「森療時間」です。森療時間は2005年にスタートした主催事業で、2005年度に4回、2006年度に4回、2007年度に3回実施してきました。初年度は「清里エコロジーキャンプ」というキープ協会の主催事業のうち、一番の歴史のあるプログラム（1985年より開始）の中での実施でした。翌年度からは独立事業となりました。1泊2日を基本にしながら、2泊3日版にも挑戦してきました。



写真：森療時間の受付風景

このプログラムの大きな特徴は協働（コラボレーション）です。医療機関である赤坂溜池クリニックと自然体験型環境教育を実践してきたキープ協会の協働、そして森林療法と森林環境教育の協働でもあります。ゲストとして上記クリニック院長である降矢先生を迎えています。

森林療法とは近年注目されている動きです。森を医療行為や健康増進の場と位置づけた活動です。国土の67%を占める森の新たな活用方法と言ってもよいでしょう。日本各地で注目され始めている動きで、行政主導のものから民間主導のものまで様々です。

森林療法は下図の通り、3つのアプローチがありますが、森療時間では休養と保養にフォーカスしているため、日常の疲れをリフレッシュしたい人から、体調不良回復を目指す人まで多様な方々が参加されます。病気の治療を主目的とした活動ではありませんが、幅広い参加者層に対応するために、医療スタッフとの協働というスタイルをとっています。

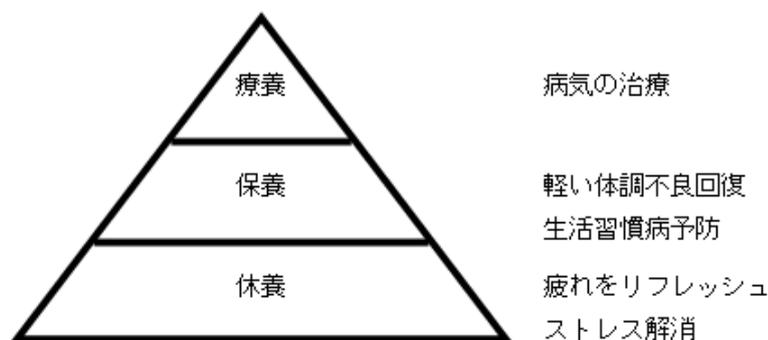


図3：森林セラピーの考え方

2) 森療時間の内容紹介

ここでは2005年度の冬に実施した森療時間を取り上げてプログラム内容をご紹介します。

実施概要

- ・期 日：2006年1月21日(土)～22日(日)
- ・会 場：清泉寮(キープ協会内)
- ・参加者：12人(友人2組・個人8人/定員20人)
- ・スタッフ：医療機関3人(うちゲスト1人)、キープ協会3人(増田が進行役)
- ・参加費：24,000円(個室利用の場合は追加料金)

表2：森療時間(第66回清里エコロジーキャンプ)のプログラム概要

	1日目	2日目
午前		森療時間(選択制プログラム) 朝食 森療時間(選択制プログラム) 1日の記録の記入
午後	受付開始 自律神経の測定 開会式 森療時間(選択制プログラム) 自律神経の測定	昼食 閉会式
夜	夕食 ゲストトーク 1日の記録の記入 自由参加プログラム 医療スタッフへの相談タイム	

初日は各自昼食をとってからの集合です。本プログラムの拠点となるキープ協会内の清泉寮で受付開始です。受付をした人から医療スタッフの指示の下、自律神経の測定をします。この測定は本プログラムのポイントとなる活動です。

簡単な開会式の後、森療時間の時間になります。これは選択制のプログラムとしており、参加者自らが選ぶ方法をとっています。プログラムは体を動かすものと自然と向き合うものを用意することが多いです。つまり動と静を組み合わせているのです。この回では動のプログラムとして雪を使ったアイスクリーム作り、静のプログラムとして枝打ち&はし作りを行いました。そして第3の選択肢は「自分だけで自由に過ごす」こと。室内・野外問わずお気に入りの場所に出かけることや、何もせずに1人の時間を過ごすこともできます。

森療時間の後には再び自律神経の測定を行います。森の中での活動が自分自身に対してどのように作用しているか比較するためです。

夕食後には赤坂溜池クリニック院長の降矢先生によるゲストトークが行われました。森の機能や森

林療法の可能性、事例紹介などの講話です。さらに自律神経測定結果の見方や今後の対応方法についてもお話があります。その後は1日をふりかえる時間を設けます。森の中でどんな過ごし方が心地良かったのか？ どんな気持ちだったか？ それを書くことにより日常生活でも活かせるヒントを見つけ出します。

公式プログラムは以上ですが、自由参加プログラムとしてナイトハイク（夜のお散歩）と蜜ろうそく作り（ミツバチのろうを使ったろうそく作り）を行いました。

2日目は森療時間でスタートしました。動のプログラムとして朝のお散歩、静のプログラムとして室内の養生功（降矢先生指導）を実施しました。

朝食後は森療時間。動のプログラムとして冬の森のハイキング、静として森の素材を使ったクラフトを用意しましたが、全員がハイキングを選択しました。昨日と同様に1日をふりかえる時間を設けて、昼食後に終了となりました。プログラムへのフィードバックを得るためのアンケートも実施しました。

3) 森療時間における事業企画・運営の実際

森療時間をどのように企画し実施したか、前述の『自然体験活動 企画・運営ハンドブック』の10項目に沿ってご紹介します。進行役だった増田の視点でふりかえります。

(1) 企画

2005年度は清里エコロジーキャンプの枠内で2回の森療時間を予定していました。しかし、主催者の予想以上の反響があったため、11月に追加実施をし、さらに真冬の可能性も探るために1月の実施を検討しました。ゲストからも快諾をいただき、会場を押さえました。同時に収支計画を作り、集客目標（定員）を設定しました。



写真：森療時間の会場・清泉寮

(2) 運営組織

今回のプログラムでは内容・定員を踏まえて、キープ協会スタッフ数を3人としました。別途森療時間に興味を持つ実習生も配置し、事前・事後はスタッフ、プログラム中は参加者となってもらいました。外部スタッフとして3人（うち1人がゲスト）が関わることになりました。

(3) 広報

ちらし、ホームページなどのメディアを作成し、広報を始めました。キープ協会では企画概要をまとめ、広報を開始するタイミングの目安をプログラム期日の2~3ヶ月前と考えていますが、今回のプログラムは準備期間が短かったため、通常の広報媒体に加え、スタッフの知人・友人まで多くの人に情報を発信しました。

(4) 受付

キープ協会ではプログラムの申込みは書面（ホームページの専用フォーム・メール・FAX・ハガキなど）でいただくようにしています。確実な記録の残る形が参加者・主催者にとって望ましいと考えているからです。

いただいた申込みに対しては素早く受理通知を送ります。プログラム期日の2週間前には持ち物やスケジュールなどを記載した事前資料を送ります。今回は雪のある時期の開催なので、利用交通機関や長靴のサイズを確認する通知を同封しました。



写真：森療時間の事前資料

(5) 安全管理

安全管理には身体と心の2つの側面があります。特に森療時間の場合、心の安全を確保する必要があります。スタッフミーティングを重ね、過去3回の森療時間の報告も共有し、注意すべき事項、スタッフとしての姿勢を確認しました。

(6) 生活

森療時間では相部屋を基本としつつ、個室使用にも対応できるように様々な部屋の種類がある清泉寮を利用しています。しかし、今回は他の利用団体と日程が重なったため、部屋数が足りなくなってしまい、急遽別施設も利用することになりました。車移動が必要となるため、スタッフが送り迎えをすることにしました。食事は地元食材を使ったものを手配しました。特に寒い時期なので昼食には山梨の伝統食「ほうとう」を用意しました。

(7) 実施の準備

スタッフ虎の巻（スタッフ進行マニュアル）を作成し、打合せをしました。準備物、スケジュールなどを共有し、担当毎にフィールドの下見、買出しなどの準備を進めました。厳冬期の実施ということもあり、貸し出し用の防寒具、カイロの用意をしました。森療時間では参加者がリラックスできるようにとハーブティーの用意をしています。

(8) 当日の運営

当日入りする医療スタッフとの最終確認の後、送迎希望の参加者を迎えに行きます。受付以降のコミュニケーションを通して、参加者の気持ち、希望などをつかむようにします。同時に寒さにストレスを感じていないか確認し、相応しい対応をしていきました。

以降は「表2」の通りの時間を過ごしました。



写真：作ったろうそくを点す

(9) 評価

キープ協会ではプログラム終了後には必ず関係者で評価会を行います。アンケートや参加者とのコミュニケーションを材料に、プログラムの評価をし、次回への改善点を抽出します。今回は医療スタッフと合同の会を持てなかったため、個別に行った評価会の結果をメールで共有することにしました。

参加者からは概ね良い評価をいただき、厳冬期の森療時間の可能性を感じることはできましたが、逆に寒さというストレスへの対応を考えさせられました。また、参加者数が12人だったことは収支面では厳しい結果でした。しかし、キープ協会では森療時間を環境教育と森林療法の接点を探る実験的なプログラムと捉えています。現に山梨県の森林セラピーネットワークへの参画、医療関係者との共同研究、地域振興プログラムのきっかけを作ることができました。

(10) 実施後の対応

事業報告書の作成、ゲストへの謝金支払い、保険会社への報告などの事後処理を行いました。キープ協会ではプログラム終了後にメーリングリストでプログラムの報告を行い、筆者の属する事業部内のスタッフで情報共有するようにしています。プログラムに直接関わったスタッフ以外も情報共有するための工夫です。プログラム概要、参加者数、安全管理、収支などの面で報告し、以降の森療時間や別のプログラムに活かせるようにしています。

皆さん、「森療時間」という事業の流れをイメージしていただけましたか？ 参考までに工程と役割分担表を添付します(表3)。

4、事業企画・運営のチェックシート

1) チェックシートを使ってみよう

皆さん自身の関わる自然体験活動やエコツアーのプログラムの現状を把握するためにチェックシートを使ってみませんか？(表4)皆さんの活動を思い出して、チェックシートに記入していきます。さらに合計点・平均点を出し、平均点はレーダーチャート(表5)に落としてください。これにより自分自身の達成度や改善ポイントが見えてきます。

このチェックシートのポイントは「できていること・できていないことを確認し、改善や行動へのヒントを得ること」です。

2) チェックシートを作ろう

ハンドブックの前提は子ども対象、都市集合、宿泊型でしたので、皆さんに当てはまらない項目もあるでしょう。そこでお勧めは皆さんなりの視点で10項目、100項目を検討し、チェックシートを作成(アレンジ)することです。このことによりプログラムの作り方がより明確になるはずです。

ここでは森療時間用にアレンジしたものを紹介しましょう。前述の通り、森療時間にはキープ協会のスタッフ以外に医療スタッフも関わります。スタッフによって役割は異なります。「あの人が準備をしているはずだ…」という誤りを出さないために、事業の3段階と構成要素に役割分担の視点を入れたものが以下の表です。

段階をさらに細かく分類した工程が書いてありますが、総数は100よりもかなり減っています。プログラム内容によってこの数は増減していくのです。皆さんの自分流のチェックシートを作ってみませんか？

表3：森療時間（第66回清里エコロジーキャンプ）の工程&役割分担表

工程&役割分担表：第66回清里エコロジーキャンプ「森療時間」

期日：2006年1月21日(土)～22日(日)

PDC	作業段階	時期	仕事内容	キープ協会 (マネージャー)	キープ協会 (進行役)	キープ協会 (他のスタッフ)	降矢先生 (ゲスト)	自己評価	
PLAN 企画	企画 森療時間 年間計画	1年前	企画会議を行う					1-2-3-4-A-B	
			事業実施を決定する					1-2-3-4-A-B	
			事業計画(6W2H)を決定する					1-2-3-4-A-B	
			施設の手配をする					1-2-3-4-A-B	
			収支計画を作る					1-2-3-4-A-B	
				合計 / 平均 /					
	企画 追加実施	3ヶ月前～	ゲストとの交渉をする						1-2-3-4-A-B
			追加実施を決定する					1-2-3-4-A-B	
			事業計画(6W2H)を決定する					1-2-3-4-A-B	
			事業計画書(企画書)を作成する					1-2-3-4-A-B	
			施設の手配をする					1-2-3-4-A-B	
			収支計画を作る					1-2-3-4-A-B	
				合計 / 平均 /					
	広報	3ヶ月前～	ちらしを作成する						1-2-3-4-A-B
			外部への広報を始める					1-2-3-4-A-B	
			組織内部への周知を図る					1-2-3-4-A-B	
			新聞社、テレビ、ラジオなど関係機関に連絡する					1-2-3-4-A-B	
			インターネットメディアへの広報を行う					1-2-3-4-A-B	
			合計 / 平均 /						
受付	3ヶ月前	受付を開始する						1-2-3-4-A-B	
		組織内部で申込者数・受入れ条件などを共有する					1-2-3-4-A-B		
		参加者からの問合せに対応する					1-2-3-4-A-B		
			合計 / 平均 /						
実施準備	2週間前	事前資料を作成し、参加者に送付する						1-2-3-4-A-B	
		事前アンケート回収し、まとめる					1-2-3-4-A-B		
		参加者からの問合せに対応する					1-2-3-4-A-B		
		スタッフ虎の巻(スタッフ資料)を作る					1-2-3-4-A-B		
		ゲストと詳細を詰める					1-2-3-4-A-B		
		スタッフの役割分担を行う					1-2-3-4-A-B		
		スタッフミーティングを行う					1-2-3-4-A-B		
		フィールドの下見を行う					1-2-3-4-A-B		
		各自プログラム準備を進める					1-2-3-4-A-B		
					合計 / 平均 /				
実施準備	前日	生活面の準備(生活案内の印刷・部屋割りなど)を進める						1-2-3-4-A-B	
		受付準備を進める					1-2-3-4-A-B		
		参加費入金のチェックを行う					1-2-3-4-A-B		
		スタッフミーティングを行う					1-2-3-4-A-B		
		事前アンケートの結果を共有する					1-2-3-4-A-B		
		会場のセッティング(お茶・イスなど)を行う					1-2-3-4-A-B		
		配布資料を用意する					1-2-3-4-A-B		
		講師謝金を用意する					1-2-3-4-A-B		
		参考図書を用意する					1-2-3-4-A-B		
		各種備品を用意する					1-2-3-4-A-B		
キャンプに関わらないスタッフと情報共有する					1-2-3-4-A-B				
			合計 / 平均 /						
DO 運営	当日の 運営	当日	外部スタッフを迎えに行く					1-2-3-4-A-B	
			外部スタッフとのミーティングを行う					1-2-3-4-A-B	
			自律神経測定機材をセッティングする					1-2-3-4-A-B	
			受付を行う					1-2-3-4-A-B	
			生活面の変更を施設に伝える					1-2-3-4-A-B	
			キャンプを進行する					1-2-3-4-A-B	
			文書記録を進める					1-2-3-4-A-B	
			写真記録を進める					1-2-3-4-A-B	
			会場管理(換気・お茶コーナーなど)に注意する					1-2-3-4-A-B	
			参加者とコミュニケーションする					1-2-3-4-A-B	
			スタッフとコミュニケーションする					1-2-3-4-A-B	
			参加者の安全管理に配慮する					1-2-3-4-A-B	
			スタッフの安全管理に配慮する					1-2-3-4-A-B	
			スタッフミーティングの実施					1-2-3-4-A-B	
			参加者にアンケートを依頼する					1-2-3-4-A-B	
			合計 / 平均 /						
CHECK 評価	事後	翌日以降	キャンプ評価会を実施する					1-2-3-4-A-B	
			アンケートを集計し、関係箇所に戻す					1-2-3-4-A-B	
			施設、備品の後片付け					1-2-3-4-A-B	
			ゲストへ謝金を払う					1-2-3-4-A-B	
			ゲストに報告する					1-2-3-4-A-B	
			組織内部に報告する					1-2-3-4-A-B	
			企画事業報告書を作成する					1-2-3-4-A-B	
			キャンプBOXをまとめる					1-2-3-4-A-B	
保険会社に報告をする(年間契約)					1-2-3-4-A-B				
			合計 / 平均 /						

5、まとめ

ここまで事業企画・運営に特化して話をしてきましたが、ポイントを再整理しましょう。

1) 事業の3段階を意識しよう

- ・3段階とはP l a n (企画)・D o (実施、運営)・C h e c k (評価)のこと
- ・なぜ3段階を意識するのか=プログラム・スタッフ・組織の改善や成長につながる

2) 事業企画・運営の構成要素

- ・項目に分解していくと事業企画・運営の視点がはっきりする
- ・『自然体験活動 企画・運営ハンドブック』の10項目から学ぶ

3) チェックシートを活用する

- ・チェックシートは改善や行動へのヒントを得るためのもの
- ・チェックシートは自分で作る

現場でのプログラムも大切ですが、事業全体をP D Cや構成要素の視点で見ることが重要です。現場での臨機応変な対応も必要ですが、そのためにもP l a nとC h e c kを含めた事業の3段階を大切にしましょう。そうすることにより、プログラムのみならずスタッフや組織も成長していくことでしょう。

表4：自然体験活動チェックシート

自然体験活動チェックシート（『自然体験活動企画・運営ハンドブック』より）

採点基準

1：不満 2：期待には届かなかった 3：期待通りにできた 4：期待・予想以上にできた

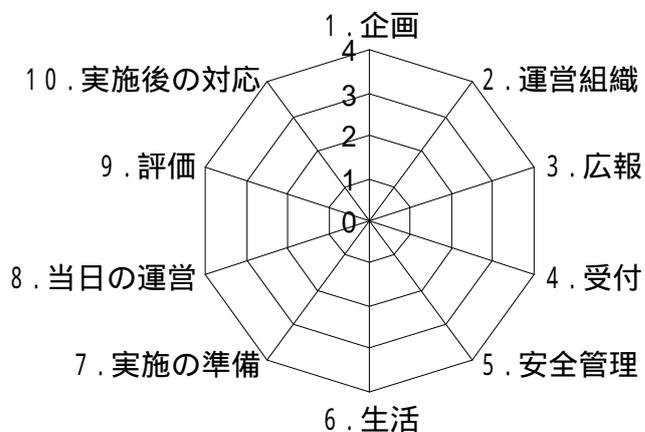
A：わからない B：該当しない

1 企画		
1-1	全体事業のひとつと位置づけて、事業計画をつくる	1-2-3-4-A-B
1-2	事業の社会的役割を理解する	1-2-3-4-A-B
1-3	事業を開催する意図、目的を明確にする	1-2-3-4-A-B
1-4	事業の対象者を絞り、よく理解する	1-2-3-4-A-B
1-5	他団体の事業との違いを明確にする	1-2-3-4-A-B
1-6	事業目的のふさわしい活動内容や活動場所を用意する	1-2-3-4-A-B
1-7	関連する法規を把握する	1-2-3-4-A-B
1-8	使用する施設や交通機関などの申込手続、手配をする	1-2-3-4-A-B
1-9	使用する施設、活動場所の下見をする	1-2-3-4-A-B
1-10	組織内部で責任者や担当者を決定する	1-2-3-4-A-B
1-11	実施にあたり、関係者の協力を得る	1-2-3-4-A-B
1-12	収支計画をつくる	1-2-3-4-A-B
1-13	わかりやすい企画書をつくる	1-2-3-4-A-B
1-14	事業の全段階で環境負荷軽減の視点を持つ	1-2-3-4-A-B
		合計 / 平均 /
2 運営組織		
2-1	スタッフ配置計画を作成し、要員を確保をする	1-2-3-4-A-B
2-2	全体進行担当者やプログラムの進行担当者を決定する	1-2-3-4-A-B
2-3	生活面でのケアの役割を理解する	1-2-3-4-A-B
2-4	スタッフ全員に、適切なオリエンテーション、トレーニングを行う	1-2-3-4-A-B
		合計 / 平均 /
3 広報		
3-1	わかりやすく関心をひく案内パンフレットをつくる	1-2-3-4-A-B
3-2	組織内都に事業の主旨や内容について伝える	1-2-3-4-A-B
3-3	事業の後援・協力者に広報のための案内等を届ける	1-2-3-4-A-B
3-4	あらゆる方法で集客の努力をする	1-2-3-4-A-B
3-5	新聞社、テレビ・ラジオやその他関係機関に連絡する	1-2-3-4-A-B
3-6	募集開始後の受付状況に応じた対応をする	1-2-3-4-A-B
		合計 / 平均 /
4 受付		
4-1	受付関連書類を作成する	1-2-3-4-A-B
4-2	受付マニュアルを作成する	1-2-3-4-A-B
4-3	事前に集合場所までの交通機関、所要時間等の情報を伝える	1-2-3-4-A-B
4-4	事前に必要な持ち物、準備物、装備等の情報を伝える	1-2-3-4-A-B
4-5	事前にスケジュールなどの情報を伝える	1-2-3-4-A-B
4-6	事前に参加意欲を促すメッセージを伝える	1-2-3-4-A-B
4-7	実施日までの体調管理を促すメッセージを伝える	1-2-3-4-A-B
4-8	事前に参加キャンセルについての情報を伝える	1-2-3-4-A-B
4-9	説明会を開催する	1-2-3-4-A-B
		合計 / 平均 /
5 安全管理		
5-1	子ども達の情報を事前に把握する	1-2-3-4-A-B
5-2	危険箇所を把握する	1-2-3-4-A-B
5-3	現場には必ずスタッフを配置する	1-2-3-4-A-B
5-4	子ども達への諸注意事項を確認する	1-2-3-4-A-B
5-5	緊急時の対応を考える	1-2-3-4-A-B
5-6	危機回避のための判断基準を明確にする	1-2-3-4-A-B
5-7	スタッフの救急トレーニングをする	1-2-3-4-A-B
5-8	賠償責任保険、傷害保険に加入する	1-2-3-4-A-B
5-9	移動中の経路の安全確認を十分ににする	1-2-3-4-A-B
5-10	安全確保、救助、救急のための装備を確認する	1-2-3-4-A-B
5-11	スタッフの安全管理、健康管理に配慮する	1-2-3-4-A-B
		合計 / 平均 /

6 生活		
6-1	子ども達に生活自立の姿勢をもたせる	1-2-3-4-A-B
6-2	参加者の集団生活上の役割を明確にする	1-2-3-4-A-B
6-3	食事の量・質を適切にする	1-2-3-4-A-B
6-4	活動室や寝室の環境を適切にする	1-2-3-4-A-B
6-5	子ども達の睡眠時間を確保する	1-2-3-4-A-B
6-6	子ども達の健康チェックをする	1-2-3-4-A-B
6-7	身支度や食事、入浴の時間などを有意義に使う	1-2-3-4-A-B
6-8	エネルギー、水、ごみなどは、環境への配慮をする	1-2-3-4-A-B
6-9	困ったことや心配なことについて相談できる機会をつくる	1-2-3-4-A-B
		合計 / 平均 /
7 実施の準備		
7-1	最終の参加意思を確認する	1-2-3-4-A-B
7-2	日程中の天気予報等を確認する	1-2-3-4-A-B
7-3	実施態勢に変更がないか確認する	1-2-3-4-A-B
7-4	参加者用ハンドブックを作成する	1-2-3-4-A-B
7-5	マスコミ等からの取材をうける	1-2-3-4-A-B
7-6	最終のスタッフ虎の巻を作成する	1-2-3-4-A-B
7-7	天候による実施可否の判断、連絡体制を整える	1-2-3-4-A-B
7-8	関係交通機関に異常がないか確認する	1-2-3-4-A-B
7-9	最終確認のためのスタッフミーティングを行う	1-2-3-4-A-B
7-10	受付の準備を整える	1-2-3-4-A-B
7-11	受付時には子ども達からの情報を得る	1-2-3-4-A-B
7-12	出発式の準備を確認する	1-2-3-4-A-B
		合計 / 平均 /
8 当日の運営		
(開会時)		
8-1	開会時に主催者側から事業の目的を伝える	1-2-3-4-A-B
8-2	開会時に生活のオリエンテーションを行う	1-2-3-4-A-B
8-3	子ども達のねらいや期待も全体で共有する機会を持つ	1-2-3-4-A-B
8-4	プログラムの始まりの段階で不必要な緊張や懸念を取り去る	1-2-3-4-A-B
8-5	子ども達の反応をよく見る	1-2-3-4-A-B
8-6	スタッフと子ども達の間により関係を作る	1-2-3-4-A-B
(日程中)		
8-7	活動内容や指導方法が適切なものであったか確認する	1-2-3-4-A-B
8-8	子ども達に必要な情報をその都度適切に伝える	1-2-3-4-A-B
8-9	プログラムに対する子ども達の反応に適切に対応する	1-2-3-4-A-B
8-10	安全管理に十分に配慮する	1-2-3-4-A-B
8-11	自然環境に十分に配慮する	1-2-3-4-A-B
8-12	天候の変化などの状況に応じた柔軟な対応をする	1-2-3-4-A-B
8-13	子ども達同士が交流する「自由」の時間や場をもつ。	1-2-3-4-A-B
8-14	日記を記入するなど1日をふりかえる時間をもつ	1-2-3-4-A-B
8-15	1日の活動終了後にスタッフミーティングを持つ	1-2-3-4-A-B
8-16	スタッフの健康状態、精神状態に注意する	1-2-3-4-A-B
(閉会時)		
8-17	関係する交通機関に異常がないか確認する	1-2-3-4-A-B
8-18	宿泊室の退室が適切になされたかどうか確認する	1-2-3-4-A-B
8-19	子ども達が日程中の体験をふりかえる機会を作る	1-2-3-4-A-B
8-20	子ども達・保護者から意見をもらう	1-2-3-4-A-B
8-21	主催者側としての終了時メッセージを伝える	1-2-3-4-A-B
		合計 / 平均 /
9 評価		
9-1	参加者からのクレームやフィードバックを、スタッフ間で共有する	1-2-3-4-A-B
9-2	参加者の満足度、目的の達成度をはかる	1-2-3-4-A-B
9-3	実施して得たことをスタッフ間で共有する。	1-2-3-4-A-B
9-4	次回の改善に向けて具体的な提案をする	1-2-3-4-A-B
		合計 / 平均 /
10 実施後の対応		
10-1	施設や備品等の後始末をする	1-2-3-4-A-B
10-2	事故や傷病についての事後対応をする	1-2-3-4-A-B
10-3	子ども達の成果物などを適切に処理をする	1-2-3-4-A-B
10-4	全体責任者への終了報告をする	1-2-3-4-A-B
10-5	協力者・関係者への終了報告をする	1-2-3-4-A-B
10-6	決算の確定をする	1-2-3-4-A-B
10-7	報告書の作成に向けて、役割分担やスケジュール作りをする	1-2-3-4-A-B
10-8	完成した報告書を関係者に送付する	1-2-3-4-A-B
10-9	今後の展望をもつ	1-2-3-4-A-B
10-10	参加者との事後のコミュニケーションを持つ	1-2-3-4-A-B
		合計 / 平均 /

表5：評価時のレーダーチャート

レーダーチャート



引用文献

財団法人キープ協会 『自然体験活動 企画・運営ハンドブック』(財団法人キープ協会, 2001)

【お奨め図書】

全国森林組合連合会 『森林環境教育プランニング事例集「おもい・つどい・はじめる」』

全国森林組合連合会 『森林環境教育マネジメント事例集「えがき・はぐくみ・ふりかえる」』

SSS 1 7 地域コーディネートの実務

執筆者：加蘭明宏氏（沖縄体験ニライカナイ）

地域において、体験交流活動を推進してゆくためには、地元の方々との関係作りは言うまでもなく、プログラムの企画・実施の流れにおける、旅行会社や学校等との業務的なやりとりが必要になります。特に安全で質の高いプログラムの提供を恒常的に行うためには、一連の業務フローを意識することが大切です。ここでは、地域コーディネーターとして活動する上で発生する具体的な業務項目について学びます。



保育園児とサトウキビ刈り

1、担い手人材の確保について

熱意があり地域や人のために役に立ちたいと思っている人。自ら交流し心高まりたい人。本業に加え副業的に取り組み収入を上げたい人。人が好きで心優しい人。感性が高く喜怒哀楽を共感したい人。一つの道を極め奥義を伝授したい人。住んでいる地域が好きで来訪者を嬉しく思う人。等々が担い手として長く関わる事が出来る人ではないでしょうか。このような人を発掘するには、コーディネーターは地域の有力者任せや広報頼みではなく、自らの人間性を磨いた後で時間を掛け地域を巡り、理解者と応援者を増やしアンテナを高くしながら、担い手になり得る人達との出会いを待つ必要があります。但し、出会ったからといってすぐに担い手となれる人はごく僅かな限られた人達でしょう。これから新しく始められる組織の方であれば、コーディネーター自らが指導者（インタープリター）としてのお手本を示すことも必要です。その上、担い手の意識と意欲が高まっている内に実質のお客様（体験者）を呼び込むことも重要な仕事のひとつです。

2、プログラムの企画について

地域の方との話し合いや体験活動資源及び担い手予定者を確認した上で進めていくことも大事なことでありますが、ソト（よそ者）の目を持ったコーディネーターが客観的にその地域の魅力を判断し、リーダーシップを持って進めていくことが近道だと思います。沖縄体験ニライカナイでは、1998年にサトウキビや紅芋を始めとする農業体験やイノー観察、ビーチクリーンなどの自然・エコ体験等を企画し受け入れを始めました。当時の沖縄は組織的に農業体験を受け入れているところがない頃でした。サトウキビ体験では、全員が収穫を行い、皆で力を合わせて黒糖作りを出来るようにと企画しました。10年以上たった今でも「サトウキビ収穫から黒糖作り」は当組織だけでも年間1万5千人余の体験者がある人気プログラムになっています。また、当時も人気があったシーカヤック講習において、シーカヤックで海上講習のみを実施する場合は料金の高さや、参加人数が多い時は待ち時間が多く不満の声も

あるのではないかと、「シーカヤック講習及び自然観察」(現在は「シーカヤック講習&海岸観察又はネイチャーゲーム」というプログラムを企画しました。質の高い専任インストラクターがそれぞれに付き、待ち時間はなく料金も手頃ということで今でも人気が続いています。

ところで、海が綺麗なところだからといった理由で自然体験プログラムを企画してはいけないこともあります。沖縄では海や森の中にも拝所(うがんじゅ)や御獄(うたき)などの神聖な場所もあり、決して乗り越えたり、それに近い行為をしてはいけません。常に感謝と畏怖の気持ちを忘れず、地域の人たちの心を踏みにじらない様にしなければなりません。こういったことは、どこにでもあることではないでしょうか。要はその地域の風習や伝統を大事に思うと共に、先人・先輩達を敬うことだと思っています。「お客様(体験者)が望んでいるから」といった理由や、「エコツアーで良い体験だから」といった理由だけの自分勝手な価値観や感覚で判断してはいけません。分からなければ、地域や役所、漁業協同組合等の担当者や専門家達を交え納得のいくまで相談する必要があります。また、プログラムの企画においては体験対象者、体験場所や体験内容と共に最小受け入れ可能人数や最大人数、所要時間、受入れ時期や受入れ可能日、雨天時を含む荒天対策や安全対策、体験料金、取消料金等を決めることも必要です。その上、賠償責任保険を付保することも重要です。大手旅行会社において7,000万円以上の賠償責任保険を付保していない組織のプログラムは、原則として利用しないところもあるようです。勿論、賠償額は出来ればより高額な保険が良いでしょう。レクリエーション保険等の傷害保険の付保も必要です。今後は危機管理体制の強化を含む安全対策をより厳格に行う必要があると思っています。



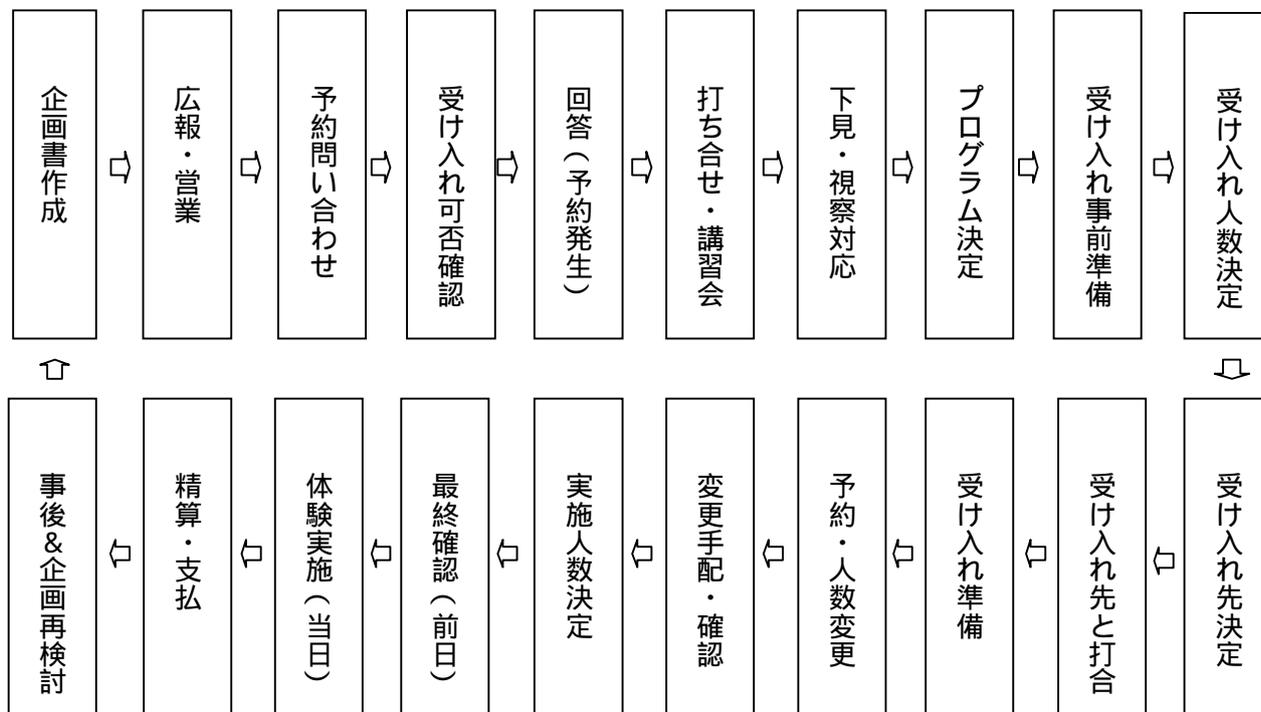
シーカヤック講習



民家でお菓子作り

3、企画から予約発生、当日、事後までの流れについて

(沖縄体験ニライカナイの事例・修学旅行の場合)



企画書作成

企画書は実施の遅くとも1年前から2年前までに作成します。修学旅行の場合は早いところで2年前位には予約が始まります。その地域に既に目的地が決定している修学旅行の取り込みを考えているならば、1年前でも間に合うこともあるでしょうが、域外や海外から目的地を変更させることが目的の一つなら、2年前以上の企画が必要になります。言い換えると、企画書作成し広報・営業を始めて1~2年間、成果を挙げることは容易なことではないでしょう。

広報・営業

企画書を作成しホームページを立ち上げた位では、信頼度と教育効果などを求める修学旅行の獲得は順調には出来ないのではないのでしょうか。その後の営業と広報活動がとても大事です。修学旅行であれば大手・中堅旅行会社の担当者か営業責任者に積極的にアピールすることが新規校の獲得には有効です。広報・営業に関しては別の講座もあるようなのでその詳細はここでは触れません。

予約問い合わせ

1 本の電話の大切さと恐ろしさをしっかりと胸に留めておいてください。当方では全く問い合わせもなく、予約が入ることも多くなってきていますが、信頼関係が出来たり信用されない限りは、余程の事情がない限り予約が入ることは滅多にないでしょう。余裕がない時に起こりがちな、ぞんざいな対応や連絡がなかなか付かない地域コーディネーターはあってはならないことです。感じが

良く適切な案内が出来る電話対応と、いかなる時でも問い合わせへの対応を行なう必要があります。そうはいつでも実質 1 人～2 人で予約受付から営業、精算まで行っている地域コーディネーター組織も多いと聞いています。要はちょっとした工夫や言い回しも時として必要なのではないのでしょうか。

受け入れ可否確認

最初の内は「ありがとうございます。確かに承りました。」だけで済むと思いますが、修学旅行の場合は徐々に複数校が同じ日程で重なることと思います。因みに沖縄体験ニライカナイでは、多い日は一日で十数校もの受け入れがあったり更に数校かの取消待ちがあったりします。一度断ると、たとえ先約校が取り消しをして受け入れ可能になったとしても、手遅れとなることが多いので受け入れ可否の確認（先約校の想定）が重要となっています。

回答（予約発生）

予約の回答は即刻が基本です。「確認致しますので 3～4 日、お待ちください」では手遅れとなることもあるでしょう。また、電話だけの受け付けは慎重に行う必要があります。沖縄体験ニライカナイでは、聞き間違いや勘違いを最小限にするために予約や取消しの受け付けは必ず F A X で頂けるよう依頼し、当方からの回答は出来る限り翌日までに書面で行っています。

打合せ・講習会（勉強会）

打合せは旅行会社の担当者や学校の先生、地域の担い手や関係者等と頻繁に行う必要が出て来るとでしょう。あまりの細かさに戸惑うことも出るかも知れませんが、問い合わせ事項の多さは企画書の不備と理解し、早期に追加資料を作成する必要があるでしょう。また、担い手の技量アップのための講習会や各種勉強会は何年たっても定期的に行うべきでしょう。但し、状況が許せば、最初の受け入れは担い手に全て任せる方法もあります。徐々にアドバイスをしてレベルアップする方が、地域コーディネーターと担い手との関係を長く良いものに出来ると思っています。



体験後の交流の様子

下見・視察対応

下見は修学旅行や団体客が実施予定の1年前から2か月前位に行われることが多いようです。視察は大手旅行会社の研修旅行に代表されますが、とても重要なものもありますので心する必要があります。組織概要や体験内容、指導者（指導員や農家、インタープリター等の担い手）、体験場所、トイレ、緊急対応方法や病院の位置関係などをチェックしていきます。ここで重要なことは、下見や視察対応するスタッフの質であります。地域コーディネーターは大所高所の気持ちと見解を持つと共に、ユーモアのセンスや機知に富む必要があるのではということです。魅力的な人間であることが重要です。そうでなければ、いくら質の高いプログラムでも利用されることは少ないでしょう。ところで、下見をしたといっても決定ではありません。コース変更で取り消しということも少なくありません。その場合は、取り消し理由や変更先等も必ず聞くようにしましょう。手間や下見までのいろいろな費用は、次に向けての勉強代と思うと腹も立たないのではないのでしょうか。

プログラム決定

嬉しいプログラムの決定です。ほぼ決まりといってもいいですが、まだ安心は出来ません。沖縄体験ニライカナイでは平成13年9月の米国同時多発テロ後の風評で、当初の年間予約数5万人程が10月以降激減してしまいました。ところで、プログラムの決定から実施までに日にちが十分にあれば、この項でも間に合うのですが、実施までに日にちがあまりない場合は、受け入れ先（担い手）に即連絡が必要です。

受け入れ事前準備

機材や設備の準備と整備等が必要になります。遊歩道のチェックをして草刈りや樹木の剪定を役場に依頼したこともあります。安全面や衛生面のチェックは特に重要です。受け入れが続いているシーズン中は、この項の内容は日常的に行われていることでしょう。

受け入れ人数決定

最も嬉しい瞬間です。これでまず決定となりますが、最小実施人数を下回ったり、最大人数を上回ることもあります。その時に、たとえ大きく下回っていても簡単には断らないことも大事です。沖縄体験ニライカナイでは、発足当初はかなり厳密に人数内に収まるよう誘導していましたが、最近では少人数でも申し込みが殺到していない限り、お引き受けするように努めています。少子化が進み一校当たりの人数が少なくなってきた昨今では、少人数でも質の高いプログラムを実施できることが求められています。

受け入れ先決定

受け入れ先（担い手）を決めます。同じ種目で複数の担い手がある場合が普通だと思いますが、手配に関してバランス感覚を持つと同時に、担い手の事情を斟酌して決める必要があります。平均的にする必要がある組織もあるのですが、それでは本当に必要な担い手が離れていくこともあるのではないのでしょうか。

また、この項で人数が決定次第に受け入れ先を即刻決め手配し、受け入れにあたって問題がないかを最終確認する必要があります。その上、修学旅行であれば依頼主の旅行会社や学校へ確認書（詳

細な請書)を送る必要があります。沖縄体験ニライカナイでは通常、1~3か月前に学校名や実施の日時、実施場所、体験種目、参加人数、料金、付帯事項等を明記した確認書に、体験種目により不要な場合もありますが、サイズ調査表や班割調査表、承諾書や病歴書等を添え、待合わせ場所と実施場所の地図も一緒にFAXしています。

受け入れ先と打合せ

受け入れ先に実施希望時間や体験者の人数及び各種情報、荒天対策など体験内容の詳細を打合せします。もしも受け入れ先に問題が生じれば早めに対処し、変更が出る場合は旅行会社等に即刻連絡する必要があります。因みに沖縄体験ニライカナイでは、「実施場所(担い手)は諸事情により、変更となる場合もありますので予めご了承ください」の一文を確認書に加えています。

受け入れ準備

ここでの準備とは、と異なり直前での色々な準備となります。沖縄体験ニライカナイでは、海の自然観察や洞窟探検等で準備しているマリンシューズや海中観察、シーカヤック等でのウエットスーツ類のサイズと承諾書や病歴書の確認、予定通り到着するかの判断材料にもなる行程表の確認、保険適用の際にも必要になる参加者名簿の確認、沖縄料理作りや沖縄そば作り等での班分け表の作成やアレルギーチェック、お菓子作りやジャム作り等で必要になる学校名入りシールの作成など細やかな受け入れ準備が続きます。どこまでこだわられるかになっていきますが、より感動の大きい体験を安心して参加できるように努めています。

予約・人数変更

体験実施直前でも予約内容の変更や取消しが発生することもあります。人数の変更はあたり前で仕方のないことでしょう。沖縄体験ニライカナイで発足当時であったことですが、旅行会社の担当者の勘違いで実施日が1日前日であったことが、実施日の前々日(当初の予約日の3日前)に判明したことがありました。高校生の修学旅行でしたが、予約が多い日でしたのでとても大変でした。夜中まで準備し何とか事なきを得たのですが、大冷や汗ものでした。ただ、この担当者とは以後、絶大な信頼関係を築くことができました。そのほか、最近では麻疹の集団発生で直前に中止をされた学校もありました。変更や取消しも確実にかつ丁寧に対応することによって、次の予約機会につながります。先方はその対応方も注視しています。決して、その時の感情で対応することなく、相手の立場を理解した上での対応が望まれます。



イノー自然観察で無人島へ

変更手配・確認

人数変更で受け入れ先（担い手）に随時行っていたのでは、電話やFAXを受ける方もたまったものではないでしょう。沖縄体験ニライカナイでは、取消しは即時、僅かな減員や時間の変更は前々日までにまとめて行っています。受け入れ先（担い手）の事情を十分に把握した上での対応が求められることは言うまでもありません。

実施人数決定

実施人数の決定（旅行参加人数の確定）は、旅行日程が長いと実施の3～4日前に連絡が入ることもありますが、通常の旅行ですと前々日や前日に行われます。この項の最終確認と同時に行う場合もあります。請求書に参加人数を打ち込むのもこの連絡があってからが多いようです。

最終確認（前日）

沖縄体験ニライカナイでの最終確認は、前日の午後に入ることが多いようです。最終参加人数、到着予定時刻（来所前の宿舎または見学場所と出発時間）、輸送手段（バスやタクシー、レンタカー等）と台数や乗り合わせ、責任者の名前や緊急連絡先と所在、精算関係、同行カメラマンの有無、荒天対策、注意事項等々を確認します。1日に十数本の確認が入ることもあり、トップシーズンは大忙しになります。

体験実施（当日）

いよいよ待ちに待った当日がやってきました。いつまでも感謝の気持ちを忘れないようにすることがとても大事です。沖縄体験ニライカナイでは、修学旅行1校につき1～2名の受け入れ担当者を指導者と別に置きます。緊急時や巡回の対応及び時間管理や要望事項の厳守等に責任を持つためです。もちろん、トップシーズン中でも事務所の中にはスタッフがあり、電話の対応や現場への応援が出来る体制も整えています。

ところで、当日でも病気や怪我、時には非行事件での謹慎処分で取消しといったことまであります。取消料を決めて厳格に徴収している組織もあるようです。沖縄体験ニライカナイでは、最近まで当日取消しの場合は全額收受していましたが、今では病気、怪我等でのやむを得ない事情の場合には取消料を全額免除しています。収入が減るのは痛いことですが、旅行会社の担当者や体験者に、また利用したいという気にさせる心が通う対応が必要と判断しています。



サトウキビ刈り

精算・支払

沖縄体験ニライカナイでは契約をしている旅行会社とはクーポン券を当日に頂くことが多いです。そのほか、振り込みや当日に現金で頂くこともあります。もちろん旅行会社には10～15%の送客手数料が発生しています。沖縄においては、マリン関係会社で20%前後の手数料で旅行会社と契約しているところもあるようです。また、エコツアー業者や民家宿泊体験事業者では10%位と比較的低いところが多いようです。もっとも中には、旅行会社にほとんど手数料を出していないところもあるようです。地域や組織により考え方も異なると思いますが、旅行会社との付き合い方はとても重要なことだと思っています。ここで気を付けなければならないことは、旅行会社の経営の健全性であります。地元の校外学習を大人数で実施したものの、入金がなされず旅行会社が倒産してしまい代金が焦げ付いたケースも報告されています。これからの時代は、こういったケースが少しずつ増えるのではないかと危惧しています。沖縄体験ニライカナイでは、要注意旅行会社からの依頼はそれとなくお断りするようにしています。

ところで、担い手の方への支払いは出来る限り早くしましょう。旅行会社からの入金を待っているのは、担い手の事情に答えられないことも出てきます。日当制の担い手には体験当日の支払いが基本です。扱ひ量の多い受け入れ先には、その都度の支払いは返って迷惑になることもありますので、事前に良く相談して決めましょう。状況により契約書を交わすことも必要になることでしょう。

事後&企画の再検討

事後において、体験者からお礼状や感想文が送られることもあります。とても感激もので、担い手の皆さんの意欲を高め続けるためにも有効活用すべきでしょう。実施校や旅行会社へお礼状を出すことも重要です。心が通うようになると感じられることもあります。忙しい時でも大事に考え時を逃さず実行すべきです。

ところで、これから始められる地域や組織の方は、必ずと言っていいほど前回の体験場所での内容と比較されることと思います。「なかなか良かったですよ」では低い評価とと思ってください。ぜひ体験者（修学旅行では生徒と先生）や旅行会社の担当者に本音を聞いてください。最初から最高レベルに達しているところは少ないのではないのでしょうか。「もう少し最後の交流時間を長く取って欲しかった」とか「班ごとの人数を少なくして指導者を多くして欲しかった」などと具体的に聞けたらしめたものです。「次の機会には必ず改善いたしますので、次回もぜひ当地域にお越し下さい」と言う事が出来ます。いろいろな声に謙虚に耳を傾けてください。

それが次の企画に活かすことが出来ます。沖縄体験ニライカナイでは設立1年も経たないうちから企画書の改訂版を発行いたしました。それから数年間隔で企画の見直しを行っています。長い間、同じ内容であれば新鮮味が薄れます。少なくとも3～4年の内には内容を見直す必要があると感じています。体験者や旅行会社から注目され続けることも重要なのではないのでしょうか。

4、収益分配の考え方

地域や組織によっても大きく異なるようです。沖縄体験ニライカナイは、設立から3年目まで純粹なコーディネーターとしての仕事をしていました。当時は、農家や陶芸家、レストランのオーナー等に「当方が企画したこの内容ではいくらで指導出来ますか？」と聞いた上で折衝し（聞いた額より多く支払うケースが多かった）それに事務経費等を上乘せする形を取っていました。たとえば、サトウキビ体験は当初840円から3種類設定していました。旅行会社の手数料10%、農家40%、事務経費（当方）50%でした。但し、その後改定に改定を加え、今では「サトウキビ収穫から黒糖作り」は2,200円で、旅行会社の手数料10~15%、農家52%、事務経費33~38%です。事務経費とは、事務員の人件費のほかに事務所や体験施設、畑等の賃借料、各種保険料、作成品シール代、キビや黒糖を入れる袋代、キビ絞り機などの備品等の償却費、水光熱費、通信費、トイレや事務用品等の消耗品費、お茶代、下見経費、車両維持費、諸税等々です。

ところで、コーディネートのみでは受け入れ人数も利益も増えません。沖縄体験ニライカナイでは平成14年頃より直受け比率を増やしています。社員、指導員等の人件費は飛躍的に増えましたが、利益率も飛躍的に向上いたしました。但し、修学旅行の取り扱いが減少した平成20年度は、営業利益を出すことが難しくなってきました。

収益分配の考え方は、担い手が続けられる金額設定をすることが重要だと思っています。受入れ人数等で多少、工夫も出来ると思いますが、コーディネーターは誠実にかつ真摯に対応し、体験者や旅行会社だけではなく担い手や地域から信頼され続ける存在でなければなりません。

5、地域コーディネーターとしての心構え

地域コーディネーターは、担い手や受け入れ地域の振興や活性化を目指すだけでなく、体験者の欲求や旅行会社の動向を把握し、修学旅行であれば、発地の各自治体の動向や志向の分析も行い、県内外の同業組織のプログラム内容や料金の把握や分析をし、今後の社会状況やニーズをも察知する能力や知恵も必要なのではないでしょうか。担い手の方々よりもいっそう大所高所に立ち、時に熱く、時に冷静に対応し、地域内でのプログラムの品質管理や受け入れシステムの一元化を行うと共に、高いミッションを持ち地域内の中心的またはシンボリックな存在で、頼りにされ続けることが求められているのではないのでしょうか。なかなかたいへんなことではありますが、とてもやりがいがある大きなものでもあります。この世に生を得た以上、人や社会のために役立つことの有難さを常々感じたいものです。

最後になりますが、地域コーディネーターを目指している心高き素晴らしい皆様と関係者の皆様方に、敬意と感謝を心より申し上げますと共に、今後のご活躍を祈念いたします。イッペー・ニフエーデービタン！（たいへんありがとうございました！）

SS 1 8 体験交流活動の市場性

執筆者：中村智明氏
(株式会社農協観光グリーンツーリズム事業本部)

平成 14 年度より、小・中学校において、「総合的な学習の時間」が教育課程に導入されて以降、学校の創造性・独自性を創出する為に学校行事の中に農山漁村における『体験学習』が組み込まれる学校が増加する傾向にあります。近年までは従来型の集団活動として、神社・仏閣・史跡などの歴史、文化を学習する物見遊山的な学校行事から児童・生徒の自主性・主体性を重んじた体験型観光に移行しつつあり、新学習指導要領の改訂に向けて、今後もこの傾向は増加すると予測されます。



写真：田植え前の線引き作業を行う中学校の生徒たち

ここでは、教育旅行における市場性と学校ニーズの傾向、農林漁業体験による児童・生徒への学習効果、そして体験活動を行なう上での安全管理、実施までの流れ等について、事例とともに学びます。

1、教育旅行における市場動向と学校ニーズ

1) 農山漁村における学校行事の取り組み

大都市などの中学校や高等学校では移動教室、林間学校、自然教室において、農山漁村での体験的な学習活動が実施をされる傾向にあります。また、修学旅行を実施するにあたり体験型の学習活動を採用する学校は増加し、中学校の約 7 割程度が何らかの体験型修学旅行を実施しています。特に近年においては、農山漁村を行き先として選択をし、その家族と寝食を共にした農家・漁家生活体験を実施する学校が増加してきています。

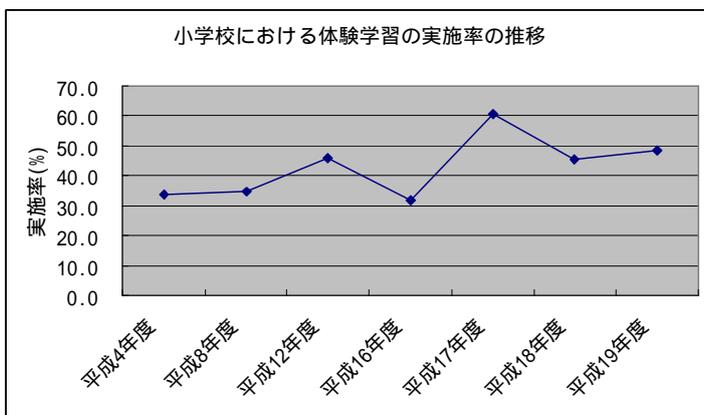
一部の中学校ではありますが、修学旅行 2 泊 3 日の中で 1 日目を見学重点を置き、周遊型の集団活動としてホテル・旅館に宿泊し、2 日目以降を農山村に滞在し、農家での農作業体験を通じた農家生活体験を実施しています。高等学校も同様の傾向が見られ、農家での生活体験を 2 泊以上した中で、本物の正業体験を組み合わせたタイプの修学旅行も実施されています。



写真：田植え体験をする児童たち



写真：レタスの植え付け体験をする児童たち



資料) 教育旅行白書 2009 (財) 日本修学旅行協会

2) 東京都武蔵野市のセカンドスクールの事例

武蔵野市においては、平成7年度から市内小学校5年生、平成8年度から中学校1年生を対象として、セカンドスクールを実施しています。当市では日常的な学校内での授業をファーストスクールと位置づけ、これに対しセカンドスクールは教育課程の一部を農山漁村のフィールドに委ね、1週間程度(総合的な学習の時間、特別活動の一部を各教科に位置づけ計44時間)滞在し、「体験学習」として行うものです。通常の学校生活では体験できない自然・農山漁村体験そして、共同生活などの多種多様な体験活動を通じて、学校教育の目標をより効果的に達成しようとするものです。



写真：味噌作り体験をする児童たち



写真：サツマイモ苗の植付作業をする児童たち



写真：田んぼの稲の成長観察



写真：田植え作業を行う児童たち

武蔵野市立小・中学校セカンドスクールの実施目的（実施要綱より）

豊かな自然ならびに地域の特性を生かした学習および学習方法を工夫することを通し、子どもたち一人一人が課題解決的な学習を進めることにより、ファーストスクールにおける学習と相まって学習効果を高めること。

- ・自然体験、農林漁業体験、共同生活体験等の多様な体験学習活動ならびに多くの人々との出会いおよび交流を通し、子どもたちの個性豊かな人間的成長を図ることならびに自立に必要な知識および技術を身に付けさせるとともに、それらを生かした自ら創意工夫する態度を育てること。
- ・恵まれた自然環境の中で長期間のゆとりある宿泊体験を通し、豊かな情操教育をはぐくむとともに、協調性および連帯意識に基づき豊かな人間関係を育てること。

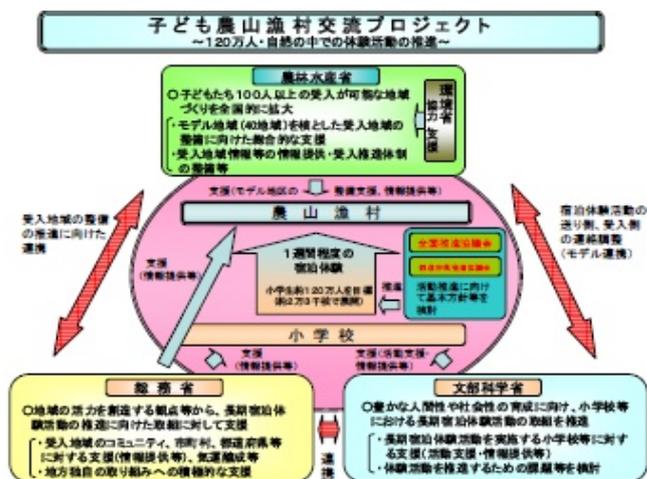
セカンドスクールを実施したことによる学習効果

- ・人や自然との出会いの中で過ごした1週間程度の集団生活により子ども同士の間人間関係が深まり円滑になったことにより、人との関わりの中で社会性を養うことができます。
- ・長期宿泊であることから活動プログラムに時間的な余裕があるため、子どもたちの自主性、主体性が明らかに高まってきます。
- ・地域の方々との交流の中で、人に感謝する気持ちや自然への畏敬の念を育てることができます。
- ・自然と触れ合うことでそのよさを直接感じ、自然と人間の共生、環境保全の必要性、自然を大切にしようとする態度を育てます。
- ・各教科等との関連性、連動性を図ったことにより各教科で学んだことを補完し、自然や農林漁業、環境問題に関する学習への興味関心を高めます。

3) 子ども農山漁村交流プロジェクトにおける現況の取り組み

上記を踏まえ、学ぶ意欲や自立心、思いやりの心、規範意識などを育み、力強い子どもの成長を支える教育活動として、小学校における農山漁村での長期宿泊体験活動は、既に各地域で取り組みがなされています。このような社会的な背景を受けて、本年度から農林水産省、文部科学省、総務省では三省連携事業として「子ども農山漁村交流プロジェクト」を立ち上げ、今後5年間で全国23,000校120万人の小学校5年生を対象に体験活動を展開することを目指して、農山漁村での長期宿泊体験活動を推進することとしています。

平成20年度は、文部科学省は全国の小学校を対象にモデル校として176校を指定し、農山漁村での長期宿泊体験活動を実施した経過にあります。また、農林水産省は各都道府県に1学年単位(100名規模)で受入可能なモデル地域を先進地域と整備地域として53地域を指定し、地域でのネットワーク等を通じた受入計画の作成、受入拠点施設(廃校改修、研修施設等)の整備など総合的に支援し、最終年度の5年後には約500地域としてモデルの構築を行うこととしています。



4) 農山漁村体験学習における安全管理

分宿に関わる問題点

農家・漁家民泊、民宿に分宿する場合、分宿数が増加することになり管理体制に関わる不安の解消が課題です。受入地において、児童・生徒の病気や怪我、トラブルに対応するために事前に関係機関(病院、保健所、消防署等)との連携を密にし、事故が発生したときの対応を学校側とよく協議する体制の構築が求められます。また、事故が起こった場合の保障として、受け入れ側における賠償責任保険の付保、旅行会社が付保する学校総合旅行保険などのあり方を学校側に提示する必要があります。

多様な児童・生徒への対応

現在の学校側が抱える問題として、心身障害や不登校、食物アレルギーを持つ児童・生徒が参加する場合があります。受け入れ側との緊密な連携をとり対応していく必要性があります。最近個人情報保護という観点から、食物アレルギー等については、直接、受入をしていただく農家・

漁家、民宿に連絡が入るといったケースもあります。

2、日程、行先、活動の決定から実施までの流れ

学校が次の行事を決定する大よその目安になる時期があります。遠足など日帰り程度であれば前年度の12月～1月の間に決定し、林間学校の場合は約1年前、修学旅行の場合は約2年前にほぼ決定することが主流です（検討時期や決定時期は学校により異なります）。従って、学校が検討する期間を加味すると、決定時期から更に2～3ヶ月程度前から学校が検討を始めることになります。

1) 企画提案を行うにあたって

学校からの情報収集

企画提案を行うために、学校の希望や考えなどを確認して、そのニーズにあった提案が必要になることは言うまでもありません。体験学習という観点からすると農山漁村における体験メニューそのものが重要なのか、それとも交流を通じての農村・漁村生活体験自体に重きを置いているのかなど、学校側が何を求めているのかを十分に把握する必要があります。受け入れ側と学校側とが双方に教育効果のねらいについて確認し、モデル的なプログラムを作成した上で実施することが望まれます。最低限確認する事項は以下のとおりです。

(1) 実施する行事に対する考え方、目的・ねらい

同じ学校内でも学年により考え方に多少の違いを出す場合があります。考え方などは提案する体験内容にも反映しますので、しっかりこの点を確認しておくことが大切です。

(2) 希望体験内容

児童・生徒に体験させたいカリキュラムが具体的にあるか、あるいは、どのようなカリキュラムを体験させたいかを確認します。

(3) 参加者数

児童・生徒の人数だけでなく先生が体験を希望する場合がありますので、先生の数もあわせて確認します。

(4) 希望実施日

学校の希望があれば聞き取ります。体験内容により学校が希望する日程で受け入れできないことも考えられますので、その場合は逆に体験可能な日程を提示します。

実地踏査（下見）の実施

実施時期やカリキュラムが決定すると、学校は現地の下見となる「実地踏査」をおこないます。（実地踏査が内容を決定する前の検討段階で実施される場合もあります）実地踏査の際に学校側が確認する主な項目は以下のとおりです（体験内容や様々な条件などにより異なります）。

(1) 全体的な流れと個々の体験の進行方法

(2) 体験場所（圃場など）

(3) トイレの場所・個数、手洗場所、食事場所（雨天時用に食事ができる施設の確保を含みます）着替え場所

- (4) 体験内容によって道具を使用する場合、準備できる道具の個数
- (5) 当日の体験指導員（インストラクター）の要員
- (6) 雨天時の体験場所
- (7) 安全対策（緊急連絡体制、救急病院等）

（参 考）

学校では教育目標などに照らし合わせて、それぞれの教育旅行のねらい（目的）を掲げています。ねらい（目的）に沿った、あるいは、ねらい（目的）を果たせる企画内容が必要ということになります。特に農業や自然体験に関する内容に絞って、ねらい（目的）を以下に明記しましたので参考にして下さい。

東京都内A小学校 【林間学校】

地域の農業体験、人々との出会い、自然との出会いを通して地域のよさを知り、東京での自分の生活を考える。
農業体験を通して、生産の人々の努力と農業に対する思いを理解し、自然を慈しみ、食べ物を作り育てる苦勞と喜びを知る。
地域の農産物生産者の願いを知り、環境、食料、農業、農村、生命などの自分たちの生活との関わりに関心を持ち、考え、今後の学習や生き方を考えるきっかけとする。

埼玉県内E小学校 【林間学校】

校外の豊かな自然や産業、施設、人々との触れ合いの体験を通して学校における学習活動を充実・発展させる。
校外における多様な集団活動を通して、教師と児童・目的地の人々との触れ合いを深め、人間関係能力を高める。
校外における勤勞生産やボランティアの活動を体験することにより、勤勞の価値や必要性を体得できるようにすると共に自らを豊かにし進んで他に奉仕しようとする態度を育てる。

東京都内F中学校 【修学旅行】

様々な体験や現地の人々との交流を通し、自然に対する感受性を高め、視野を広げる。
今まで学習してきた食文化の集大成として、日本の農林業の一端にふれ、食の生態系について考えを深める。

東京都内G中学校 【林間学校】

日常と違った農村での生活体験を通じて、以下のことを体得する。
農作業の体験を通じて、自然に触れながら、食の大切さを認識させる。
農家の方々とのふれあいを通じて、生徒各自の生き方や進路選択の指針とさせる。
体験学習を通じて社会的なマナーや協調性、自主自律の態度、ボランティア精神や責任感を養う。
「総合的な学習の時間」の一環として、自ら学習課題を設定し、主体的に学習に取り組む姿勢を養う。

東京都内J中学校 【林間学校】

豊かな自然の中での活動を通して、自然の素晴らしさと厳しさを体感し、心身を鍛える。
農家民泊での農作業体験、農家の人達とのふれあい、交流を通して自然や人との関わりを大切にする生き方や、心の豊かさを学ぶ。

3、受け入れにあたって留意すべき点

1) 受け入れ窓口の一元化

旅行会社や学校が受入先に問い合わせる場合、いくつもの相手に対して電話をしなければならないことほど手間のかかることはありません。一つの窓口で完結できる体制整備を図ります。

2) 農産物に関わる体験の準備

特に農作物の植え付けや収穫体験の場合、いつから準備すれば間に合うのか、その点を踏まえて旅行会社や学校へ回答をします。植え付け体験の場合、植え付けできるまでの苗を育てるには一定の期間が必要です。また、収穫体験の場合、体験できる田畑を選定するにも、その農地の持ち主への交渉などが必要になりますので、急な依頼にならないような旅行会社（学校）へのアドバイスが必要です。

3) 体験に伴う施設等の整備

体験（圃場）の場所により、仮設トイレの設置、手洗いができる水道、食事ができる場所（雨天時に食事ができる施設の確保を含みます）、着替え場所の確保が必要です。それらの整備も考慮します。着替え場所は「更衣室」があれば理想です。その他、外から内部が見えない隔離された部屋（倉庫・公民館など）であればベターです。どうしてもやむを得ない場合を除き、貸切バス内での更衣を勧めることは避けたいところです。

4) 雨天時の体験カリキュラムを整備

野外での体験活動の場合、天候により実施ができないことがありますので、その代替案になるカリキュラムを整備しておきます。

5) 旅行会社との契約

教育旅行の実施に際して学校と旅行会社との間では通常、“受注型企画旅行契約”を締結しています。したがって、この契約に基づいてインストラクターも体験活動を円滑に実施されなくてはならない義務を負います。

6) インストラクターの道義的責任

教育旅行は上記の契約締結を行っている以上、法的な責任は旅行会社にあります。しかし、体験活動中はインストラクターが児童・生徒に指示、指導することになりますので、安全確保と円滑な実施について、インストラクターの道義的責任がでてくることを心得てください。

7) 体験フィールドと体験活動中の安全確保

安全確保がインストラクターの最大の義務と肝に銘じ、過失責任が問われ、業務上過失致傷等の事故が発生しないよう留意します。

8) 事故防止

インストラクターは、万一の事故に遭遇した場合を想定して、日頃から処置方法や対応策について考え、心の準備をしておくことにより、少しでも被害を軽減できるよう努力します。

4、将来的な体験交流活動の市場性

学校における教育内容は教育課程と呼ばれており、学習指導要領には教育の一定水準を確保するため国が定めた教育課程に基づき、各学校はこれより学習時間などを編成しています。平成14年度から各学校が一層創意工夫し、特色ある教育、特色ある学校づくりを進めるため学校指導要領を改定し、「総合的な学習の時間」を創設しました。また、平成23年度から小学校においてはより一層の「体験活動の充実」が組み込まれており、各教科、道徳、特別活動および総合的な学習の時間によって編成され、新学習指導要領により目標および内容などを定めています。

学習指導要領では次世代を担う青少年の健全な育成の観点から、学校教育や地域における学校外教育、社会教育の領域において、児童・生徒を対象とした農山漁村での野外活動や自然・農業体験は、

豊かな自然と触れ合うこと
仲間と協力すること
勤労・奉仕を経験すること
現地の人々との世代間交流を深めること

などを通し、係わり合いを持つことは将来にわたり社会の中で自立をしていける「生きる力」を育む貴重な機会になる、と触れています。

以上のことから今後、農山漁村での体験学習は、「子ども農山漁村交流プロジェクト」に代表する国のプロジェクトや学習指導要領の改訂が追い風となり、ますます進展していくと考えられます。しかし、体験活動が増加することは現在体験活動を受け入れている地域は更なる万全な体制整備を確立し、加えて新たな受け入れ地域を増やさなければその需要に答えることができません。

言いかえれば、受入側は一過性の考え方ではなく、農山漁村での高齢化・少子化による後継者減少の問題の解決をはじめ、そこに生活している人たちに生きがいもてる地域づくり、ひいては日本の第一次産業を発展させていくスタンスをもって受け入れることが重要です。そして旅行会社や学校に対して絶え間なく地域のPRや情報提供を行うことが市場性を高めることにつながると言えるのです。

【参考文献】

財団法人 都市農山漁村交流活性化機構 『グリーン・ツーリズムインストラクター育成講座テキスト / インストラクター（体験指導者）コース』

標準旅行業約款 <http://www.jata-net.or.jp/jatainfo/kisoku/pdf/yakkan05.pdf>

SS19 広報活動の基礎

執筆者：山中俊幸氏（日本エコツーリズムセンター事務局長
エコツアー・ドット・ジェイピー編集人）

自然学校やエコツアー事業者等の活動理念を社会に普及させるため、そしてツアーやプログラムの参加者を募集し、活動を継続させるためには、広報活動が不可欠です。多くの事業者は、一般の旅行会社のように営業所を持っているわけではなく、都市部から離れた地域にあるため、市場に対して効果的な広報活動を行うためには、マスコミやインターネット等を上手に活用する必要があります。ここでは、広報活動の考え方と具体的な方法について理解します。



1、広報活動についての基礎的理解

1)「広報活動」という言葉に含まれる範囲

広報活動とは、プログラムや商品、事業内容などを「情報発信」する活動です。「広告」は代金を払ってテレビやラジオ、新聞、雑誌、ウェブサイト等のメディアで「宣伝」することですが、「広報」はこれらのメディアに採り上げてもらうための、あるいはお客様に参加や購入を促すための情報発信と言えます。しかし、広報と広告の違いをこの項で厳密に定義してもあまり意味はありませんので、ここでは、比較的低コストでできる情報発信の全てを「広報活動」と呼ぶことにします。広報活動における情報発信の手段と、情報の受信者（受け手）には以下のようなものがあります。

情報発信の手段	情報の受信者
1. インターネット ・ ホームページ ・ ブログ ・ RSS(ヘッドライン情報の配信) ・ 動画配信(YouTube など) ・ ポータルサイト ・ メール ・ メールマガジン	1. 消費者(お客様) 2. マスコミ、情報発信者 3. 関連事業者・団体 4. 行政、教育機関 5. 地域住民 6. 社員 7. 求職者 8. 利害関係者、出資者
2. ダイレクトメール(郵便)	
3. パンフレット(手渡し、定置設置)	
4. ポスター	
5. ニュースリリース(メディア向け)	
6. 記者会見	
7. 説明会	
8. イベント	

2) 自然学校やエコツアー事業者の広報活動の特徴

(1) 広報にも「プロ意識」を

「お金がないから、広報（宣伝）できない」という話を、自然学校やエコツアー事業者からよく聞きます。しかし、もし本当にそうなら、事業をやる資格も素質もないと言えるでしょう。事業の目的の一つはお金を稼ぐこと。収入を得ることによってはじめて事業者や従業員の生活が保証され、質の高いプログラムやサービスを維持でき、社会的な貢献も可能になるからです。広報にお金をかけない現状に甘んじて集客の努力を怠れば、全ての面で質の低下が生じてしまいます。

「お金がないからお店を持てない」パン屋さんを想像してみてください。パン屋さんにとってお店は、商品を守るための場所ですが、同時に「広報」の場です。資金のなさを理由に駅前店舗を諦め、人里離れた山奥にお店を開いてもパンは売れません。自然学校やエコツアー事業者の活動拠点は、幸いなことに家賃の高い駅前ではないのですが、人出が多い場所に店舗を構えない分、広報という名の店舗に予算をかけなければ、じり貧になってしまいます。

実際、小さなパン屋を持つとしたら、店舗の保証金や家賃、内装、什器などで数百万円の資金が必要でしょう。好きなパン屋を開くためには、どんな人たちもそのくらいの資金を必死で用意し、成功するかどうかの賭けに出ています。自腹を切って店を借り、プロの内装業者にお金を払った店舗ですから、お客様に不快感を与えるような趣味走った装飾は（通常は）ありません。お店の中にはゴミ一つなく、清潔を常に心がけています。昨日作った売れ残りの堅いパンを並べたら、一発でお客様が来なくなることを知っています。ここでは、お客様の視点に立った店づくりを行っているのです。

(2) 「お客様の視点」を常に意識した広報が必要

一方、自然学校やエコツアー事業者がお客様に商品を提示する店舗と言えば、「ホームページ」です。知識さえあればプロに頼まずに自分でつくれますが、「ホームページを立ち上げたのに、お客様はぜんぜん来ない、増えない」と悩んでいる人たちが少なくありません。その原因は主に以下の2つです。

3) ホームページを開設してもお客様が増えない理由

ホームページに訪問者がそもそも来ない

ホームページを訪問するが、すぐ立ち去ってしまう

はホームページの存在を知らしめるための広報不足、は前述のパン屋さんのような「お客様の視点」に欠けたホームページになっているからです。一流企業のホームページやネットショッピングに慣れた、目の肥えたお客様・・・例えばあなたが、ある旅行会社のホームページを訪れたとしましょう。そのホームページには趣味の悪い絵や社長の人生訓、期限切れのツアーや身内話、リンク切れ、誤字脱字だらけの文章が堂々と掲載されていたら、その旅行会社を完璧な手配を行うところだと信頼するでしょうか？ ホームページを見てしまったムダな時間を悔やみ、2度と訪れたくないと思うでしょう。これと同じ状況が自分のホームページでも起きているのです。

お客様（情報の受け手）と最初に接する貴重な機会（接客機会）が「広報」です。この接客機会を大事にしない商売などあり得ないのですが、この基本中の基本をそもそも知らないのが、今日の多くの自然学校・エコツアー事業者のように思えてなりません。ホームページに限らず広報は、「お客様（情報の受け手）の視点」に立って情報を発信すること。これができないと情報が届かないばかりか、マイナス効果になってしまうのです。

必要な広報にはお金をかけましょう。授業料を払うことで、コストパフォーマンスや広報の仕方、表現の質、提供するプログラムそのものを改めて考えるきっかけにもなります。

2、旅行市場と広報活動

広報を行う前に認識しておきたいのが、自分たちの商品の性格です。エコツアーや自然体験活動は旅行の一種と言えますが、一般的な旅行会社が扱うツアーとは大きな違いがあります。

表1：一般的なツアーとエコツアー・自然体験の違い（明確にするために極端な事例にしています）

	一般的な旅行会社が扱うツアー	エコツアー・自然体験
目的地	有名	無名
目的	観光、ショッピング	体験
行程	詳しい	詳しくない
食事	レストラン名で表示	弁当、手作り、無名の店
宿泊先	有名	無名
料金	料金でツアーの質が明確になる	料金体系が分かりづらい
天候	左右されない	左右される
面白さ	自分の楽しみ方による	ガイドの能力に左右される
情報・評価	多い	少ない
苦情先	日本旅行業協会など	泣き寝入り？

一般的なツアーは豊富な情報が既にあることをベースに広報（宣伝）を行っています。目的地や航空会社名、ホテル名、レストラン名など基本的な情報を伝えさえすれば、お客様はインターネットや旅行ガイドなどで、ホテルのベッドの硬さやリネンの質、路地裏にある美味しい屋台のメニューまでもチェックできます。友人知人の体験談も多く、「旅行に参加して楽しんでいる自分」を具体的に想像（疑似体験）できるのが、一般的な旅行と言えるでしょう。豊富な情報はお客様に「安心」を与えているのです。

これに対して、エコツアーや自然体験は情報そのものが少なく、上記の表に示された違いは、一般的なツアーに慣れた人には「不安」と映るでしょう。ガイドの能力によって楽しめるかどうか左右されますから、「楽しんでいる自分」を具体的に想像することはなかなかできません。一般的な旅行会社のツアーと同じようなつくりでの情報発信や、「（無名の）山に登りながら、ガイドが自然解説をします」「楽しい体験です」といった単純な訴えだけでは、お客様の心をつかむことは難しいのです。

1) 旅行市場に向けた有効な広報手段

お客様の自由時間は限られています。「どこかに行きたい」という願望を、自分のところのエコツアーや自然体験に振り向かせるには、一般的なツアーにはない魅力を強力にアピールする必要がありますが、その前提としてまず必要なのが、前述した「お客様（情報の受信者）の視点」に立ったうえでの「不安」の解消です。何も知らない人がホームページやメール、パンフレットを読んだら本当に分かるのか？ 拒絶しないか？ 他の事業者のものと見劣りしていないか？ 情報の不足はないか？ 言葉や写真は意図したとおりに伝わるかという検証を、客観的に行ってみましょう。

2) お客様（情報の受け手）の不安を解消する主なポイント

エコツアーや自然体験などのプログラムは、一般の人には未体験で、友人・知人からも情報を得にくいものですから、「体験」をいかに魅力的に効果的に伝えられるかが、広報のポイントとなります。また、狭いエリアでの広報では、体験場所の詳細な説明は不用かもしれませんが、遠方の都市部などに住むお客様（情報の受信者）をターゲットとした場合、一般的なツアーや、他の団体が実施するものとの競合が発生します。プログラム自体に差別化できる内容が盛り込まれていることが一番ですが、大きな差別化を図りにくい場合、広報での表現がものをいいます。差別化のキーワードは、自分（情報の受け手）のことをしっかり考えてくれている「信頼感」と「疑似体験」できる情報、「ここに行く必要がある」と思わせる内容です。

以下、お客様の不安を解消する主なポイントを挙げます。

事業者名や事業者概要、ツアー情報、アクセス方法など基本的な情報は正確に、分かりやすい場所に書かれているか？ 誤字脱字がないか？

（ホームページの場合）リンク切れ、古い情報の表示など無更新の状況が続いていないか？

身内や一部の常連客にだけに伝わる、ひとりよがりの表現になっていないか？

誰に何を伝えたいのかが、明確になっているか？ 何を伝える写真かを十分に検討したか？

「精神」や「コンセプト」の押し売りをしていないか？

「楽しい」「感動」「美しい」「きっと・・・になるはずですよ」などの表現を乱発していないか？

使いすぎは安っぽく、嘘臭く見える。

「私たちと一緒に楽しみましょう」といった、「仲間になろうよ」的な表現は、楽しいのは自分たちだけ、常連にならないと楽しめないという印象を与えてしまう場合もある。お客様はお金を払ってプロに楽しませてもらいにくるということを忘れてはならない。

マイナス効果の表現をしていないか？ たとえば「土日祝日 1,000 円割増」よりも「平日 1,000 円引き」のほうが同じ料金でも好印象を与える。

表2：差別化を図るための表現例

<p>目的地（場所）</p>	<p>無名の場所での実施なら、近隣の有名観光地や同時期開催のイベント・祭・文化などを抱き合わせて紹介することも一つの方法。遠方から高い交通費と時間をかけて来るお客様に、別の観光情報も伝えることは安心感につながる（お客様にとっては、万々エコツアーズや自然体験がハズレに終わったとしても、代替の楽しみがあると納得できる）。</p> <p>ホームページの場合、リンクだけによる情報紹介と自分の言葉による紹介は、どちらが親身に映るか？ これは、泊まったホテルで観光情報を聞いたとき、黙って地図一枚渡されたときの気分と同じ。表現は常にお客様視点に立つ。</p>
<p>体験内容</p>	<p>事業者による詳細情報だけでなく、参加者の声や第三者の推薦を掲載することが信頼度アップにつながる。参加者が書く「楽しい」「よかった」「また来ます」「ガイドさんの説明がすばらしかった」といった感動、感謝の言葉は、事業者自身が語る言葉以上に力を持ち、情報の受け手の疑似体験にもつながる。</p> <p>第三者による事業者の推薦は、たとえば地元小学校の元担任の言葉でもよい。情報の受け手には未知の人の言葉でも、信頼や期待されている事業者だということが伝わる。参加者による体験談や第三者による推薦はホームページで、まとまった量を見せるのが効果的。</p>
<p>表現</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「そこにいる自分」をイメージさせるコピーを考える。 ・ 「ここに行きたい」と思わせるだけでなく、他と比較して「こっこのほうに行きたい」、「ここに行く必要がある」と「決断」させるプラスアルファの表現や魅力を出す。 ・ そのプラスアルファとして考えられるものが、人の魅力や地域文化。 ・ 写真はその1枚を見るだけで、ここに行きたいと思わせるものを選び抜く。ライバルの事業者が同じ場所の写真を掲載していたら、それよりも魅力的な写真を用意する。

3、広報の方法

広報は「基礎知識」で列挙したように、様々なメディアを利用する方法があります。ここでは簡単に、主なメディアの特徴と利用のポイントをまとめてみましょう。

情報発信の手段	特徴と利用のポイント
<p>ホームページ</p>	<p>手軽に情報発信できる有効な手段だが、見た目でも優劣を判断されやすい。Google や Yahoo! を使ったキーワード検索で、上位にヒットさせるための工夫も必要。また、たまたま訪問してきた人に対して、ニーズに合ったプログラムをタイミングよく提示できるとは限らないので、ブックマークやメールマガジンの申込みなど、「再訪」を確実にしてもらうための魅力あるコンテンツを用意する必要がある。常に最新の情報をアップすることが不可欠。</p>
<p>ブログ</p>	<p>ホームページでは書きにくい事業者個人の考え方や日常を伝えるもの。「見込み客」が常に見ていることを意識して書く必要がある。事業者個人の人間的な魅力を何気なく訴えるメディアであると意識しよう。</p>

RSS(ヘッダー イン情報の配信)	ホームページやブログの更新情報(ヘッダー)を不特定多数に発信する手段。見なくてはならないホームページやブログを、効率よくネットサーフィンするために利用されている。RSS 発信の知識を持っていなくても、最初から設置されているブログサイトを利用したり、RSS を代行発信してくれる専門サイトを利用する方法がある。
動画配信 (YouTube など)	言葉や写真だけでは表現しきれない「体験」を動的に表現・記録し、不特定多数に見せられるネット上の配信方法。エコツアーや体験プログラムの広報にはほとんど使われていないが、効果的な広報手段になる可能性を秘めている。
ポータルサイト	エコツアー・ドット・ジェイピー(日本エコツーリズムセンター) http://www.eco-tour.jp/ やエコツアー総覧(環境省) http://ecotourism.jp/ など、エコツアーや自然体験プログラムの情報を集めたポータルサイトに情報登録すれば、狙ったターゲットに広報しやすい。
メール	特定の(相手の顔を知っている)個人・団体宛てメールは、内容を伝えやすく広報の効果も高い。ただし、不特定多数向けの情報だと思われぬような工夫も必要。既存客に対しては、その人にだけ伝わるひとことを付け加える親身さも。
メールマガジン	メールマガジン(メルマガ)は、メール形式の雑誌。「マグマグ」 http://www.mag2.com/ などの専門サイトを利用する方法と、自分で直接発信する2つの方法がある。マグマグの場合、同サイトでメールアドレスが管理されるため受信者が誰か分からないデメリットがあるが、広くメールマガジンの存在を広報でき、Googleなどの検索でヒットしやすくなるというメリットがある。一方、独自配信のメルマガは、申込み時にアンケートをとることによって、受信者の素性を把握できるのがメリット。広報する内容によって、ターゲットを絞り込むことができる。専門サイト利用と独自配信はそれぞれにメリットがあるので、2つの方法を取り入れたい。 内容は、読まずに捨てられることがないように、常に書き方に工夫を。たとえば最初と最後には「いつも読みたい」気の利いたコラムを設けるのも手。
ダイレクト メール(郵便)	郵便を使う広報。画面で見えるメールとは異なり、紙質やデザイン、印刷方法などで独自の世界を相手に届けられる。季節の押し花を貼ったハガキに手書き風の印刷を施せば、プライベートな雰囲気を出すことも可能。エコツアーや自然体験関係はメールでの広報が多くなりがちなので、ダイレクトメールは工夫さえすれば親近感や「あなたにだけ」という特別感を出しやすい。
パンフレット	いつでも、どこでも手渡せ読んでもらえるのが紙媒体のメリットだが、いつ、どこで、誰に(どのような人に)渡すのかを明確にして作らないと読んでもらえない。「手に取り興味を持たせること」が、最優先の目標。限られたスペースに必要な情報が入りきらない場合は、ホームページや電話に誘導する手もある。
ニュース リリース	マスコミ(情報発信者)向けの情報発信。マスコミに取り上げられれば、当然、広報効果も大きくなる。情報はファックスまたは郵便で送るのが一般的。担当者の元には大量のニュースリリースが届くので、ひと目で内容が分かるよう A4 用紙 1 枚(補足説明が必要な場合でも合計で 2~3 枚以内)にまとめる。採用の判断基準となるのは「話題性」「目新しさ」など。

上記の表で掲げたホームページ、ブログ、RSS、ポータルサイト、メール、メールマガジンはインターネットを使ったもので、コストもあまりかからず、手軽に利用できるものです。またニュースリリースも原稿を一つ作ればあとは FAX 代だけ。広報を行うときは、活用できるメディアはフルに使いましょう。メディアを使えば使うだけ、当然ながら情報は届けたい相手に届きやすくなります。

4、リピーターの確保

広報を行う目的はお客様の確保です。一般的に広報では新規顧客の開拓が重視されますが、エコツアーや自然体験活動の広報では、既存客のリピーター化を目的にすることも重要です。なぜなら、広報のコストパフォーマンスは新規顧客よりも既存客のほうが断然高く、そもそも一般的なツアーと比べて参加の決断がしにくいエコツアーや自然体験活動では、既存客の口コミが最も強力な広報になるからです。

この口コミを獲得する方法は、お客様に接した時点から始まります。電話での最初の対応、満足のあるプログラムの提供、無事に帰っていただいたあとの「いかがでしたか？ またのお越しをお待ちしています。」といったアフターフォローのメール。このような一連の不断の行為が、「また行きたい。」「友人を連れていきたい。」という行動につながります。アフターフォローのメールでアンケートを行えば、感想をホームページに（許可を得て）掲載することもできます。また、指摘されたことについては改善報告をメールすれば、顧客のロイヤリティを高めることにもなるでしょう。

リピーターを得るには、継続的なメールマガジンの配信や年に1度は郵送によるダイレクトメールを出すことも大切です。見込み客を多く連れてきてくれそうなコアとなるお客様には、特別招待のプログラムを用意するなどの工夫もあってよいかもしれません。

5、広報活動のポイント

広報は継続的にやってこそ、効果が期待できます。ホームページやブログは常に更新し、新しい話題を提供し続けることが検索サイトの上位ヒットにつながります。メールマガジンも同様で、1年に一度くらいは、内容の構成をリニューアルすることも考えてみましょう。ふだん私たちが読んでいる雑誌と同じように、変化があってこそ見たくなるからです。

また、ニュースリリースなどマスコミを相手にする広報は、機会があればメディアを直接訪問してみましょう。やる気のある記者なら、常に新しいニュースや人との出会いを求めています。物怖じせずに電話をかけてアポイントをとることを、東京に出る機会があったらチャレンジしましょう。

インターネットの利用で、誰もが広域に広報できるようになりました。しかし、どんなに広域に情報発信できても、簡単にお客様を呼べるものではありません。遠方のお客様には、時間的・金銭的な負担が大きいからです。

その負担が小さいのは「近場」にいるお客様。普段の広報はその拡大を、積極的に考えてみることも必要です。近場のお客様がターゲットなら、見知らぬ土地ではないので、強力なリピーター候補になる可能性があります。友人、知人の輪を広げる、地元企業やショップ、塾、学校との連携をつくっていくことも広報と言えるでしょう。

また、その土地に来る旅行者も、見込み客です。土地の魅力を知って（知りたくて）、あるいはその土地に縁があって、旅行に来ているわけですから、土地の魅力を伝える労力は省けます。たとえば近隣のホテル、旅館、ユースホステルなどにパンフレットを置かせてもらい、前日・当日予約可能な夜間プログラムや早朝プログラムなどをつくったりすることも、新規顧客の拡大につながります。夜は食事をして寝るだけ、朝は早起きして近場を散歩するだけしかなかったのがこれまでの旅行者のパターンなら、

そこにニーズを見いだしてプログラムを作ることが、新たな事業を創出することになります。体験プログラムを実施するときと同じ気配りで、この場面にいるお客様（情報の受け手）に何を与えたら喜ぶかを考えることが、広報の基本と言えるのです。

SS 2 0 社会企業論

執筆者：広瀬敏通氏（ホールアース自然学校）

これまで、自然・文化等の体験活動は教育活動としてボランティア的要素を強く持っていました。しかし、近年、同分野に対する社会的ニーズの高まりは著しく、質の高いプログラムを継続的に提供できる体制の整備が求められています。また、同分野の活動が社会の中に一つの産業として位置づけられつつあり、特に観光分野においては「持続可能な観光」の一つとして、エコツーリズムが注目されています。ここでは、社会的使命と利益の両立を図る組織「社会企業」について、その概念と意義を理解します。



1、働くということ

皆さんは「社会企業」とか「ソーシャル・ベンチャー」や「ソーシャル・アントレプレナー」といった言葉は聞いたことがありますか。どれも同じような意味ですが、事業活動を個人の自己実現のためだけに行うのではなく、社会の公正と発展のために行うという意味を持っています。

社会企業家とは、ビジネスを通して社会問題の解決に取り組む人々。
革新的であること、現実的であること、特定の思想にとらわれないことなど、様々な条件を定義として挙げています。
出展：シュワブ財団（世界各地の社会企業家を選出し、支援するスイスの団体）

「社会企業家」とは、「社会貢献」や「社会変革」の志を持ち、「現在の事業の革新」や「新しい事業の創造」を通じて「良き社会」を実現しようと考え、働くこと
出展：「これから働き方はどう変わるか」（田坂広志）

エコインストラクターという言葉自体がこれまで誰も使ったことの無い言葉なので、それが一体、どのような人を指すのか、何をやる人なのか、だれも知りません。みなさん自身が自分たちの活動を通してしか、「エコインストラクターとは何か」という答えを世間に知らせる術はないのです。

しかし、この事業では、エコインストラクターを「社会企業を实践する人たち」というように考えています。それでは、社会企業とは何なのかを見ていきましょう。

1) 原初的な労働

太古の時代、人間の労働は食べ物を求めることでした。その時代は「生きる」ことが最大の使命とも言えるくらいだったのです。ボルネオ島の森深くに暮らすペナン族は狩猟採集生活を今でも送っていますが、若く屈強な狩人でも森での生活は厳しく、獲物はわずかししか獲れません。部族は10~30家族が一つにまとまって暮らしますが、中には病気だったり、年寄り世帯だったりして、狩人を出せない家族も多くあります。



貨幣経済が無く、商店で買い物も出来ない森の暮らしでは、狩りや採集が出来なければ何も食べ物を得ることができません。ところが、ペナン族には大昔から伝えられている「アダット」と呼ばれる独特のルールがあります。「アダット」は森の掟法として知られており、これを破るものは森の精霊との誓いを破ったことになって、森に住めなくなります。

森は彼らの世界の全てですから、世界からの追放という重い罰になります。「アダット」に従えば、狩人が幾日も苦勞して手に入れた獲物は、部族の元に帰ってから、部族の家族の数分プラス精霊へのお礼にきっちり分けられて、平等に分配されるのです。

ここでは、労働が自分たちのコミュニティ（世界）全体の福祉と幸せのために行われています。

2) 勝ち組と負け組

一方、力の強いものだけが「勝ち組」となる現代日本の社会は、「市場原理」を根拠にした社会制度と理解されています。ここでは「市場原理」という言葉の解釈が“需要と供給の関係の原理”とか、“競争の原理”と考えられていて、商品価値の無いもの = 需要の乏しいものや、地味で競争力に乏しいものは無価値であるとされる惧れがあります。これでは貨幣の飛び交う都市型社会にこそ価値 = 富が集中し、目立った産業の無い地方の中山間地は市場原理から外されて、負け組みとなっていきます。

近年、こうした所得の格差や階層の固定化が社会問題化しており、「六本木ヒルズ族」とか、「セレブ」と呼ばれる人々が脚光を浴びる一方で、「ワーキングプア」と呼ばれる低所得階層の増大が様々な軋轢を生んでいます。戦後の貧しい時代を上回る大量のホームレスが生まれ、多くの人が社会全体に思いやりが消えていくとを感じるようになってきました。

市場原理は、必ずしも社会を良い形にしていくものとはならなかったのです。

3) 自分探しと自己実現

かつては若者の代名詞だった「自分探し」がいまや、企業人生を全うした中高年世代でも当たり前と言われるようになりました。人生の多くの時間を費やす企業（団体）への就職が、日々、働いている自分自身の幸せはもちろんのこと、世の中に対して貢献できている実感がきわめて乏しいことが、「何か違う」「もっと別のところに自分を活かせる場所がある」といった気持ちを起こさせます。

「アフターファイブに自己実現」といったキャッチコピーも生まれて、労働時間は（金のために）会社に身を置き、自分らしさを取り戻すのは退社後のサークルやボランティア活動、趣味などの時間だ、と割り切る考え方も背景にあります。

太古の労働者であった狩人も、ボルネオの森の民も、「アフターファイブに自己実現」などといった気持ちはまったく無かったことは容易に想像できますが、何が違うのでしょうか。

それは、自分の存在と役割が社会やコミュニティの中で明確であり、自分の働きがそれらに目に見える形で影響を及ぼす関係があったからでしょう。

4) 働くということ

人生は誰にでも平等に時間が与えられますが、その使い方は千差万別。満足して人生を終える人もいれば、齒軋^はりして悔やむ人もいます。

わが国の平均寿命を男女平均してみると 82 歳となります（平成 16 年厚労省）。それは、時間数にすると 718,320 時間です。このうち、労働従事年齢を 20~60 歳の 40 年間とすると、それのおよそ 3 分の 1 が働いている時間ですから、116,800 時間となります。

膨大な時間です。膨大な時間数は同時に、どんな職業についても熟練するだけの余裕があるということ。この時間をどう使うのかは、自分をどう活かすのかということと同義でしょう。市場原理にもまれることが必ずしも幸せにはつながらないことは現代社会を見れば多くの事例が物語っています。逆に、社会的には地味で、あまり人気が無い職業でも、全うすれば、その世界で一流にもなれるということでもあります。働くことは自分の人生を作ること、つまり、自己実現の営みだと言えます。太古から人は営々として、働き続け、自己を全うして生きたのだと思います。

2、企業と起業

1) 企業の役割

株式会社が世に出てから 400 年余り。当初は投機的であったり、アンモラルな面が強く、英国では株式会社自体が違法とされる時代がありましたが、産業革命以降、150 年間で一気に世界最大の影響力を持つ組織へと成長しました。現代における株式会社は、どのような国家でも、宗教勢力と比肩しうる社会的影響力と財政力を持っています。当然、現代社会において株式会社が反社会的であることはあり得ない状況ですが、残念ながら、数百年前の悪しき生い立ちともいえるべき、欺瞞と偽善が日々、マスコミのトップニュースとして流れます。

しかし、一方で、多くの経営者と株主たちの努力によって、「環境経営」という概念が広まり、企業の影響力とノウハウを活用して環境に貢献できる経営手法をとる流れが定着してきました。日本社会は行政という巨大な機構と、企業というこれも同様に巨大な機構との二大勢力が国のエンジンとなっています。近年は、環境経営を効果的にするために、民間の専門団体と組んで、CSR（企業の社会責任）事業を展開するケースも増えてきました。

企業には財政力、実行力に加え、経営戦略があります。そして、労働者である多くの国民が所属している組織でもあるのです。この企業という大海を国のリソース（資源）と捉えてみれば、企業の有効活用がその国や社会に大きな効果をもたらしてくれることは間違いありません。

2) 企業を活かせるNPO

しかし、企業自体が国家、社会のために粉骨砕身することを目的としているわけではありません。それどころか、利益追求を目的化していますから、「世の中のために」といってもお題目で終わってしまう企業も多くあります。事実、バブルのはじけた90年代半ば以降は、大方の企業がメセナ（文化芸術活動）事業や社会貢献事業から撤退しました。その理由は、企業の本来事業ではなかったことによります。

しかし、近年のエコプロダクツの大きな波は過去の社会貢献活動的な要素から始まって、大きく成長してきました。そして、企業の本来活動としての環境調和型商品製造や経営戦略に基づいた流れとなっていることが特徴として挙げられます。

その流れに貢献しているのが企業外専門集団としてのNPOの存在です。いまや、上場企業の多くが、環境NPOや、自然学校などと組んで自社のCSR事業を展開するようになりました。企業にとっては、環境経営を進めるのに際し、専門的に特化した外部機関の協力がとても有効であり、企業自体の環境経営のフィールドも大きく広がります。また、企業のステークホルダー（利害関係者）にとっても、環境NPOの参画は「開かれた経営」というイメージアップにつながります。また、多くの事例では、企業の立地となる地域社会とのつなぎ役としても、NPOは機能しています。

一方、環境NPOにとっても、企業との連携は、新たな活動フィールドを得られることであり、活動の社会化を促してくれます。

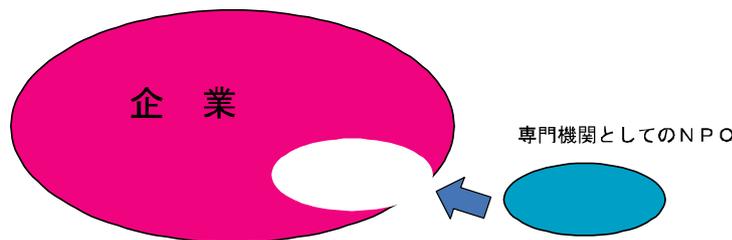


図1：企業とNPOの関係性

3) 起業ということ

起業とは自ら事業を興すことですが、1998年に施行された特定非営利活動促進法（いわゆるNPO法）によって、株式会社ではなく、NPOとして起業するケースが増えました。これは、資金準備が必要ないといった実利的な理由以外に、起業の「志し」ともいべきミッション（使命）が起業の動機となっているからでしょう。

当然、会社ではなくNPOを起業するには、公益的な活動を志すからであり、会社よりは周囲の賛同も得やすいということもあるでしょう。しかし、別の側面では、経営手法に疎く、趣味のサークル的な活動に終始して、法人化する意義を見出せない事例も多く、せっかく設立したものの、休眠状態になっているNPOも多く見られます。また、組織化は果たしたものの、なかなか世間との接点が上手く作れず、結果的に気心の知れた仲間内だけで固まってしまうNPOも多く、いわゆる内向きの共同体を形成しています。

せっかく起業するのであれば、周囲や社会にそれなりの影響を及ぼすことが不可欠ですが、それが為しえずに、ごく狭い内輪だけにしか関わりを持たないということは、起業のエネルギーの不発か、

方向を見失っているためと言えるでしょう。

しかし、事業的に収支改善していることが必ずしもその起業目的の達成とも言えません。市場の求めるものに沿って、あるいは迎合するあまり、本来の起業目的やミッションを外れてしまっていることも多いからです。

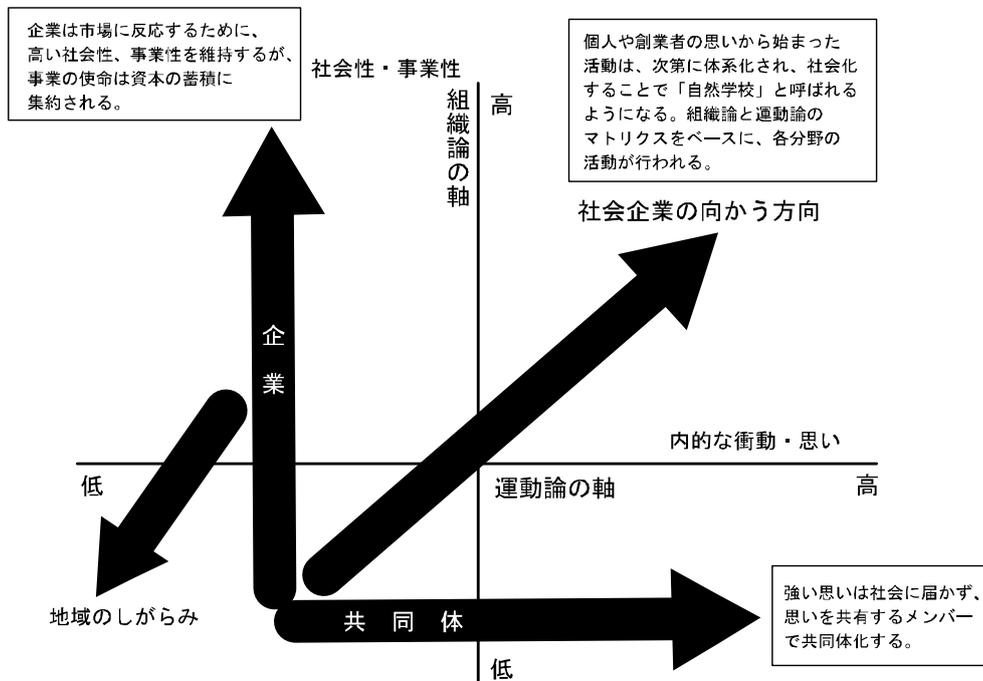


図2：自然学校・エコツアー事業の組織論と運動論マトリクス

エコツーリズムなどの社会企業の一つの軸は「組織を作る」軸で、事業性と社会性とがあります。社会性だけで捉えると、「ボランティア」であることを優位性のように思う人も出てきます。この場合、「ガイドして金を稼ぐのは邪道」と短絡的に考える傾向が各地で見られます。一方の事業性のみで考えると、自然や地域社会への配慮が足りなくなり、長期的には上手くいきません。事業性と社会性とを両立させる新しい事業観がエコツーリズムには不可欠です。

もう一つの軸は自分たちの思いを実現するための「運動体」としての軸です。この思いが強すぎると、自らを「正義の味方」にしてしまいます。目指すのは、より良い社会の実現であり、決して自己満足の思い込みでは運動にはなり得ません。

3、社会企業の公益性のサイクル

企業活動は前述したように、反社会的では成り立ちませんが、より強く公益性を明確にしたものが社会企業です。起業という夢の実現や個人ビジネスとして始まった事業活動は、起業した事業体の維持、安定という「私益」の確立から始まります。最初の段階が終わると、続いてより社会的に意味ある活動を求めて広がりを生み出します。そのために、仲間や同業者が集まり、ネットワークを作ります。それが事業活動の「共益」性となって活動を発展させていきます。この共益性は自分たちの事業内に向けられた共益だけではなく、クリーンアップ活動や地域の子ども向け自然教室の開催など、地域社会にとってもプラスとなる点が重要です。社会がネットワークの地域貢献的な活動を受け入れ、必要とするようになってくると、つまり、社会的な評価が定着すると、「公益」性が生まれます。社会的な評価が定まってくれば、個人事業で始まった事業も順調に稼動するようになります。

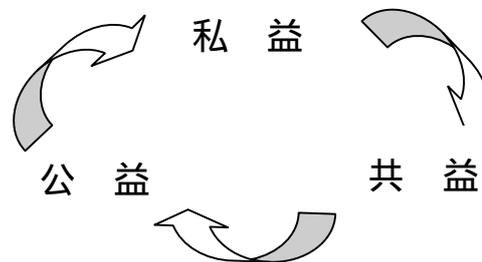


図3：公益性のサイクル（広瀬 2001）

4、プロとアマチュア

自然を対象にした保護活動や観察会、あるいは地域の観光ガイドの世界では、リーダーや指導者役は専業ではなく、週末のボランティア活動のような形で発展してきました。多くのボランティアが自然保護や地域振興に貢献しようと各地で活動を作ってきましたが、それは一方で「自分が暇なときに」とか、「私はボランティアだからそこまで要求されても・・・」といった、半身の姿勢が目立つ結果となり、あるいは「私はボランティアなのだから誰の指図も受けない」といった自分勝手に高飛車な行為も見られるようになって来ました。自然観察会ではリーダー役の自慢話や知識のひけらかしなどが見られるようになると、せっかく身近な自然に親しむつもりで来た人がそれに懲りて、再び参加してくれなくなるなどという事例も多いのが現状です。

1) ボランティアとアマチュア

この両者はよく混同されますが、実は全く違う意味を持っています。アマチュアとは素人とか愛好家という意味で、基本的には専門性は求められません。一方、ボランティアは、自発的にある活動に参加する人のことで、直訳では「志願兵」とも訳されます。とうぜん、知識や技量のレベルには大きな幅があり、決して素人ということには限らないのです。また、「無償奉仕」とも理解されることが多いのですが、正確には「奉仕」であって、必ずしも「無償」ということでもありません。諸外国のボランティア団体では有給の職員が普通です。ですから、「ボランティアが金を取るとはけしからん」

という言い方は明らかな誤解と言えます。

2) ボランティアとプロ

プロは専門であると同時に、専門家でもあるという社会的な理解があります。従って、比較的高い品質を持つものが多いことは当然なのですが、実は富士山の裾野クラスの駆け出し＝初級のプロもいます。ボランティアは広い裾野を持ち、多くのアマチュアが参加していますが、専門的知識と技能の高みを持つプロ級の人もいます。つまり、ボランティアとプロは品質の違いではなく、日本では専門か否かという違いに過ぎません。一方のアマチュアとプロという切り口で見ると、今度は品質の差という要素が大きく現れます。

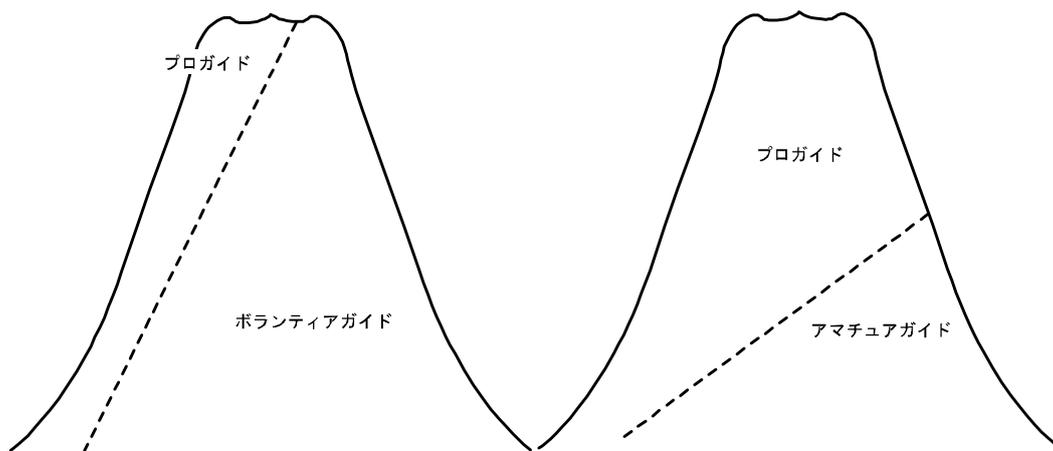


図4：ボランティアとプロの富士山モデル（広瀬 1999CONE）

図5：アマチュアとプロの富士山モデル（広瀬 1999CONE）

3) ガイドは常に高品質を求められる

自然学校やエコツーリズムを担う自然や文化を対象としたガイドは、ボランティア的に関わるアマチュアと専門ないしは専門を目指すプロとがいます。さらに行政担当者や公的施設職員がエコツーリズムのコーディネーター、仕掛け人機能を持つことも地方自治体では普通に見られます。様々な関わり方がある中で、「自分はボランティアだから（何も知らない）」「あて役だから（顔を出しているだけ）」という意識では、どのような役割であろうと、その責務を十分に果たすことは出来ないでしょう。ガイドの品質から見ると、ボランティア的関わりのアマチュアにもガイドとして求められる専門的な知見や配慮があり、行政担当者、施設職員も幅広い調整能力や実務能力が必要であり、総じて高品質に向かうベクトルが働いているのです。

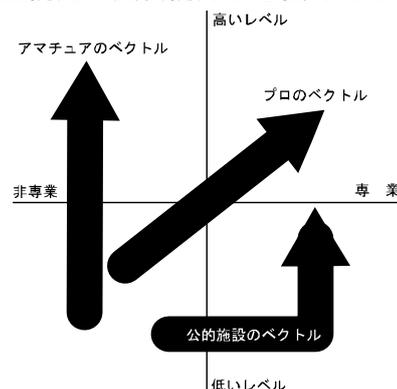


図6：専門・非専門とレベル

自然学校やエコツアー事業が広がりを持ってきた今、この業界は 70～80 年代には普通だったビギナーによる片手間でアマチュアとしての関わりから、熟練した專業へと向かう時代に入りました。その理由の一つは、ガイド主体から参加者主体へと、考え方への転換が起きているからです。これまでは、幾つかの自然観察会などで見られたように、ボランティアのガイド自身の都合で活動が行われ、参加者の満足度はあまり考慮されてきませんでした。

しかし、参加者主体で考えると、参加者がその行事に参加する意欲、時間、コストに見合うサービスが提供されているか、という問題が生まれます。当然、参加者はガイドが非專業のボランティアだろうが、参加した自分の時間が有意義だったと実感できるような満足度を求めます。また、博物館やビジターセンター、自然の家などの公共施設でも、その職員が 2～3 年で交代するために専門性が無いという理由はもはや通用しません。それは職員側の理由、都合でしかないからです。行政、公的施設担当者も役割に応じた専門的な調整実務能力が必要とされます。参加者、来訪者は有料無料を問わずに、品質のいいサービスを求めているのです。自分の都合でガイドし、自己満足を得るような自己目的化したガイドはボランティアであろうと、その存在を狭めていくでしょう。

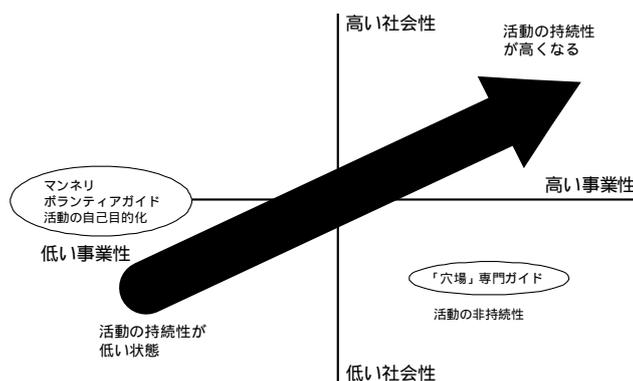


図 7：活動の持続性のベクトル

近年、エコツアーが盛んになるにつれて、「自然破壊だ！」と非難する声もよく聞かれます。これは、ガイドが自然や地域社会の許容度やしきたりを無視して、「私は誰も行かないところを知っています」というような穴場専門ガイドなどによく見られるアンモラルな行為によって引き起こされています。自分の事業が将来の世代まで安心して持続的に行えるために、どのような方法や仕組みが必要なのかを考え、取り組むことが、これからの自然学校やエコツアー事業者にとって欠かせない立ち位置となっています。

5、社会企業を起こすには

1) なかなか食えない自然学校

日本環境教育フォーラムでは、過去 4 回（1999～2006）自然学校の全国調査を実施しました。その結果、2006 年現在で、推定 2 千数百校の自然学校が官民合わせて全国で稼働していることが分かりました。また、そのうち、65%がエコツアー事業を実施しています。事業規模は自然学校業務に限ってみれば、年商 100 万円未満から 3 億円超まで幅があります。一般企業で見れば、中小企業でも年商数十億円は当たり前ですが、さすがに、自然学校業界では 3 億円が最大規模となっています。

金融や総合商社などの社員一人当たりの売り上げベースでの仕事率は1億円を超えることが珍しくありませんが、これも自然学校業界では健全に経営できているところでも1人/1千万円売り上げというラインがよく知られています。

(J E E F 事業化委員会 1994 スタッフ 5 人で年商 5 千万円。実習生は除く)

実に、大手企業の 10 分の 1 です。これは自然学校という事業体の特質が、売り上げ、利益率ともに小さいものであるからです。同じサービス産業でも、健康産業や情報産業などは桁がいくつも大きい事業規模となっています。

2) なんでも反対の N P O

企業という切り口から非営利活動という切り口に変えてみると、ほぼ日本の N P O 法人の年商データと自然学校とは一致しています (日本 N P O センター, 2006)。 N P O 法が施行されて 10 年近くの年月が経っていますが、いまだに、「 N P O というのはボランティア (無償) でしょう。」とわれます。ボランティアだから、ダダ働きないしは実費だけで仕事してください、というような“協働”を掲げる行政関係者も見られます。企業とのコラボレーションではさらに顕著で、 N P O のボランティア扱いは当たり前で、中には、非政府活動 (N G O) を反政府活動と誤解して、「なんでも反対するムシ口旗を担いでくるのではないか」という心配をもらす企業担当者もいます。

こうした誤解や曲解の壁を乗り越えるには、直接、行政や企業と協働ないしは、委託を受けるための働きかけが重要です。膝を交えて、人と人の信頼関係を構築することが欠かせないことは、どこの世界でも同じです。

3) 事業化する

N P O 法人の収益は、個人の経済的利益になるのではなく、運用資金として活動に還元されることとなります。法律でも、非営利活動とされる N P O 法人が収益を上げてよいことは、明記されていません。決して、無償や実費だけのボランティアということではありません。しかし、そうは言っても、年商 500 万円未満の自然学校が 50% という現実を見てみると、「武士は食わねど高楊枝」という状態は避けられないのでしょうか。

社会企業とは、社会的に意義があり、貢献できる仕事を専業として行えることです。かつては国内の自然学校のどこでも、「結婚するから退職する」のが当たり前でした。一般社会と比してあまりにも低額の給与水準だったのです。いくら志が高く、優秀な人材が来ても生活できないのであれば続けられません。そこで、自然学校業界は 20 年ほど前から、「いかに食えるようになるか (事業化の方法論)」について議論し、研究してきました。その成果もあり、現在では 1 億円を超える自然学校も全国で 50 校を超えるようになりました。全国的に見ても、スタッフの待遇もこの 10 年間で大幅に改善されています。食えない状況はけっして当たり前とは言えません。様々な営業努力や発想の転換、組織強化によって収益は上げられます。収益を上げるということは社会がその事業体を認知していることの証明ともなります。

思いを同じくする仲間内だけで固まる「共同体」ではなく、社会と密度濃く切り結ぶ、地域に無くてはならない事業体であるために、自らの活動を持続的に発展させていけるために、事業化は不可欠の関門です。先の自然学校全国調査で注目すべきは、事業化が出来ている自然学校は例外なく、活動

目的と形態が多様であることです。自然体験プログラムだけを提供するのではなく、地域との関わりも健全で、地域の活性化や人材育成事業、施設運営、国際協力など多彩な活動を行うことで、事業の手足を分散化しています。同時に、収入源も会費や寄付金に頼らずに、プログラム収入を軸に、調査系の受託事業や委託費など収益源も複数持って運営しています。

自然学校やエコツアー事業は大きな設備投資や施設を構える必要が無く、他の業界と比べてローコストな事業展開が可能です。そのメリットがともすると、営業努力をせずとも、そこそこに最低の日銭は得られるというような、ある種、怠惰な経営になってしまうデメリットともなります。

設備投資が少なくてすむということは、一般消費者にとっても、「自然体験はタダ」という感覚を持たれることにつながり、収益性を悪くします。カヌーやラフティングという設備やランチボックスのようなサービスには消費者は対価を払うことに抵抗感はありませんが、身一つのインタープリテーションのような、投資が見えにくいプログラムでは、なかなか財布の紐も固いものです。

こうした一般的な認識に対しては、自然学校やエコツアー事業者はプログラムの品質の高さで勝負するしかありません。施設、設備にはコストは掛けていなくとも、人材には他産業に劣らない、それ以上のコストを掛けているということ、プログラムの品質の高さで評価を得ていくことです。国内の自然学校の「大手」はそうした社会的評価を獲得した団体が並んでいます。

同時に、環境配慮に乏しい事業者に下される社会の批判は、その事業者の仕事が決して将来を保障されていないということでしょう。収益性が低くても、自然学校やエコツアー事業者のような社会企業家は、自分のフィールドにかける熱い思いを、しっかりとした調査に反映させて、十分な肉厚のある自然情報と、フィールド技術を持って、参加者への対応に臨んでほしいものです。

6、始めたら辞めない

日本に自然学校が誕生して約四半世紀が経とうとしています。株式会社の400年間と比べれば、まだ産湯を使っている段階ですが、現代の25年は100年前の数百年間に相当する社会の変化と発展を経験しています。このドラスティックに動いていく現代にあって、次の四半世紀がこの発展の延長線で行くのかと言えば、それには大きな疑問符が付きます。その理由は、地球環境の劇的な悪化という社会状況です。私たちの地球は次の25年どころか、10年、いや5年後にも、深刻な社会変化を経験することになるのではないかと観測が多くの研究者から出されています。

つまり私たちは、親世代のような人生を送ることが出来なくなりつつあるのでしょうか。そうした社会状況の中で、社会企業を論じることは尚更に重要です。それは既に、いくら蓄財に励んでもその使い道すら保障されない時代に突入しているからです。世間的には刹那的で、享乐的な風潮が蔓延しているかのようなのですが、その背景には深刻な社会病理が存在していることは言うまでもありません。

格差社会や種々の対立、地球環境問題は、見て見ぬ振りが出来ない規模にまで肥大しています。現代社会の大人も子どもも、みんなが出来ることをやり始めることが求められています。そんな社会をベースにすれば、より良い社会づくり、環境を取り戻すためのアクションは、個人よりも組織をつくり、動かすことでより効果的に大きな影響力を持つことが可能になります。社会企業はそうしたアクションでもあるのです。

「始めたら辞めない」

これは私が自然学校を始めた当時から繰り返し言い続けてきた言葉です。魔法の呪文ではありませんが、この言葉にはたしかな法則が含まれています。それは、全ての成功の秘訣が「始めたら辞めない」ことに集約されているからです。逆の言い方をすれば、全ての失敗の秘訣は、「辞める」ことです。

エコインストラクターという称号が本事業によって生まれました。皆さんは今後様々な迷い、悩み、壁にぶつかることは避けられません。しかし、辞めさえしなければ、その壁も失敗も成功へのステップとなるのです。辞めてしまえばあらゆる努力も多くの人の思いも、水泡に帰してしまいます。

太く始める人もいれば、細く静かに始める人もいるでしょう。途中で形もいろいろと変わることでしょう。スタイルは人それぞれ、自分の生き方に沿って行えばよいことです。でも、ぜひ、やり続けてください。

参考資料：自然に軸足を置いた「業」のおこし方

～コミュニティビジネスの具体例～

執筆者：鹿熊勤氏（自然系ジャーナリスト）

エコインストラクターは、自然公園や農山漁村地域を活動舞台に、自然と触れ合う楽しさや環境の大切さを啓発する「知の案内人」です。エコインストラクターの母体である自然学校は、そうした地域の人たちがこれまで経済の対象として考えたことのなかったありふれた存在（そこにある自然）が持つ隠れた価値を目に見える形にして、教育というわかりやすく高い次元のサービスに結びつける産業であると位置付けることができます。



事例6：『アル・ケッチャーノ』
地場の野菜

それらサービスの要素は、動植物に代表される「自然」とどまらず、自然と深く接するなかで先人が見つけてきた共存の技や、技の集積体である暮らしと文化、あるいは歴史、地誌など、さまざまなものの中に含まれています。地域によって持ち味が大きく異なるのも特徴で、視点の傾け方次第で、さまざまなソフトに発展できる可能性を秘めています。

しかし、こうした地域特性を断片的に見ているかぎり、実践プログラムはどこの自然学校でも行なっているベーシックなものの域を出ることができません。重要なのは、さまざまな要素を組みあわせ「そこにしかないソフト」に仕上げる掛け算の発想です。

また、エコインストラクターとして地域に根を張って生きるためには、そこで新たな業を起こし自立するのだという強い気概も必要です。時間とお金を投じて、その地に赴くだけの価値があると感じさせ、実際に満足してまた行きたくなる経済モデル作りには、エデュケーション（教育）だけでなく総合的なプランニング（企画）の能力も求められるでしょう。

地域が潜在的に持っている価値ある資産を正確に把握できれば、商品開発や観光にエコツーリズムを連動させていく展開も可能になります。自然学校の社会的評価を高め経営基盤を強化していくためにも、エコインストラクターには、鷹の眼のように高い視点から地域をとらえると同時に、虫の眼的な低い位置から全方位を見渡すプロデューサーとしての能力も望まれています。

そこで、各地で成功しているエデュケーション型のコミュニティビジネスを例に、潜在資源の着目方法や活かし方を紹介します。

事例1：やっかいものの地吹雪を観光ツアーの目玉に 実施組織『ラブリー金木』（青森県）

降雪は、どの地域においても社会機能を停滞させるマイナス要因としてとらえられてきました。有用資源として活用してきた数少ない例がスキーですが、一般的には除雪費用の支出、雪おろしの労力など、損失コストとしてカウントされているのが現状です。たとえば真冬に猛烈な地吹雪が吹き荒れる青森県五所川原地方では、雪は昔から忌み嫌われる存在で、地域の発展を阻む自然の大きな障害として位置付けられてきました。

そんな五所川原の地吹雪を、20年ほど前から観光ツアーのソフトに転化させ成功しているのが、地元の企画集団「ラブリー金木」です。当初は「負の象徴である地吹雪をイベント化するなんて不謹慎もはなはだしい」「そんなものに人が集まるわけがない」とさんざんな非難を浴びましたが、いざ実施してみると好評で、数年の後には地域観光の大きな目玉に成長しました。他県（とくに南日本）の人にとっては、地吹雪は見たことのないきわめて珍しい自然現象だったからです。

また、この地域の鉄道は、冬になると暖房のために昔から車両にダルマストーブが設置されます。モンペ姿の地元の夫人を乗車させ、昔懐かしいこの石炭ストーブの上で、津軽名物のスルメを焼き、同じく地元名産の日本酒やリンゴジュースをふるまう。そして津軽弁で名所案内をするというプログラムを作り、地吹雪ツアーに連動させる試みも始まりました。

企画者自身が遊びを楽しむ感覚で立案と宣伝に取り組んだ結果、それも大きな反響を呼び、完全なオフシーズンと位置付けられてきた真冬の北東北観光にまったく新しいマーケットが生じることになりました。「地吹雪ツアーとストーブ列車の旅」は定番企画となり、赤字で廃線が論議されてきた地方路線の経営が改善されるという効果も生まれました。近年は南日本にとどまらず、台湾や韓国などからの観光客も増え、訪問地の自然や風土を肌で実感するユニークなエコツアーとして高く評価されています。



ストーブ列車の中では、温かなおもてなしがある

事例2：雪室で特産品開発とエネルギー教育を両立 実施組織『雪だるま財団』（新潟県）

1 トンの雪は、石油に換算すると 10 リットル分のエネルギーを持っています。すなわち冷熱エネルギーと呼ばれるマイナスカロリーです。温めることには役立ちませんが、冷やすという目的に限定すれば石油が生み出す電力と同等の効果を発揮します。いわゆる雪国と呼ばれる地域で毎年処分されている雪の量は 5000 万トン。経費レベルでは 4000 億円に達するというデータもあります。降れば降るほど社会機能維持のための除雪費用はかさんで地域財政を圧迫しますが、仮に 5000 万トンのうち 6 割を冷熱エネルギーとして活用したとすると、年間で 30 万キロリットル（ドラム缶にして 150 万本）の石油が節約でき、80 万トンもの温室効果ガス削減効果があるといえます。

そんな雪の潜在的な力を活用する取り組みに、近年大きな注目が集まっています。

新潟県上越市安塚地区では、雪だるま財団という地域づくり集団が中心になり、エリア全体で雪の冷熱を活用する活動を続けています。たとえば、ゆきだるま物産館という地域の観光ステーションには、雪を貯蔵するための巨大な倉庫が併設されています。冬、駐車場に積もった雪をそのまま除雪車で倉庫に押し込むと、内部は万年雪状態を保つことができます。夏でも室温は 2~3 度、湿度 90% に保たれており、ここに貯蔵した米や蕎麦、日本酒は、品質が長く保たれるだけでなく、味も向上する熟成効果が認められたことから、雪中貯蔵品というブランド価値が生まれました。

雪が溶けて生じた冷水は、そのまま雪だるま物産館の冷房に利用されています。雪室は地元の中学校などにも取れ入れられていて、夏の冷房として光熱費削減に効果を発揮しているだけでなく、エネルギー問題を考える環境教育の教材として活躍しています。

雪だるま物産館には、雪中貯蔵した米や蕎麦の料理を提供する店舗もあり、同じく電力を使わない冷熱冷房を導入しています。上越は豪雪地であると同時に、フェーン現象でも知られる酷暑の地。夏にここを訪れた観光客は、涼しい雪冷房とおいしい蕎麦を通じて、この地域の特異的な気象とエネルギーの関係を、無意識のうちに学んで帰るかたちになっています。



雪中貯蔵庫の中は夏でも室温が 2~3

事例3：高校生による地域活性支援 実施組織『TOKUSHIMA 雪花菜工房』（徳島県）

近年各地で、高校生による地域活性支援が注目されています。取り組んでいるのは農・工・商・調理など実業系の高等学校で、地元の農産物を生かしたアイスクリームやパン、調味料などのオリジナル品を開発。自ら企画立案から製品化、販売プロモーションに関わり、独自の店舗も持って企業顔負けの販売実績を示しているところも少なくありません。

実業系の高校は、以前から即戦力となる人材の育成が期待されてきましたが、労働現場のO A化、IT化が進むにつれ、従来型のスキル教育では実需要にこたえることができなくなってきました。つまり、必要とされる労働力が少なくなったぶん、自ら考え応用や決断のできる、よりレベルの高い人材輩出が実業系高校の生き残り条件になってきたのです。

徳島県立小松島西高等学校には「TOKUSHIMA 雪花菜（おから）工房」という模擬会社があります。「地域を元気にする」ことを課題に、さまざまな企画を自分たちで立て、地元企業などの協力を得ながら具体化していく教科外活動（部活動）として位置付けられています。

2005年から販売を始めたオカラ入りのヘルシーアイスは、徳島名産のスダチや鳴門金時（サツマイモ）、ヤマモモなどを使った、農家とのコラボレーション商品で、年々倍増の勢いで販売数量を積み増しています。最近デビューした、県内の小さな山村の規格外のイチゴを使ったイチゴ味アイスは大ヒットし、3000万円近い経済効果を地域の農家にもたらしました。形が悪い、小さすぎる、潰れたという理由でそれまでほとんど値の付かなかった規格外品が、高校生たちのアイデアとプロモーションによって生き返ったのです。

商品コンセプト、試食アンケートによるマーケティング、ラベルデザインなど、PR対策などすべて自分たちの手で行っているのが特徴で、東京で開かれる物産フェアやイベントにも積極に出かけて宣伝活動をしています。実際に販売の現場に立ち、地域を売り出す努力をすることで、各自がスキルを磨いています。

高校生ガイドという仕組みを作り、徳島の魅力を観光客にガイドするツアービジネスにも乗り出しました。卒業生の中には地域づくりのベンチャー事業のNPOを興した人たちもいます。現在の主体は物販ですが、地域資源を生かすというキーワードの中で取り組みを広げており、蓄積が進んでいけば、ゆくゆくはエコツーリズム的な活動ともジョイントしていくものと思われます。

会社を切盛りするのは高校生たち



事例4：地域の高齢者を農村体験インストラクターに任命 実施組織『民宿たばた』（栃木県）

エコツーリズムには、実施地域で昔から受け継がれてきた生活の技が優秀なプログラムとして数多く取り入れられています。米作りや枝打ち、炭焼き、狩猟、魚捕りといった、田舎ではごく普通の術も、都会の人たちにとってははじめて見る驚きの知恵で、その驚きや発見、すなわち感覚のギャップがエコツーリズムでは大きな集客要素になっています。

栃木県茂木町の民宿「たばた」は、そうした都会人の潜在的な知識欲に直感で気づき、宿泊のオプションサービスという形で独自にプログラム化してきました。

業態は一般的な民宿ですが、そこで提供される付帯サービスの考えは自然学校と同じです。当初は家族だけでこなしてきたそうですが、次第に人気となったことで手が回らなくなってきました。そこで「自然に即して生きる技術」を持った地域の高齢者を人材登録。体験ソフトごとに集客募集をかけ、高齢者にはその都度報酬を払いインストラクターとして体験指導してもらう方法を考案しました。

各プログラムは2時間単位で、日帰りのバスツアーもあります（蕎麦打ちなど）。夏には子供たちを対象とした宿泊自然体験も実施しており、いずれのプログラムにも地域の高齢者がインストラクターとして関わっています。

田舎らしい本物の知恵や技術に触れることができることから、参加者の評判が高く、年間の利用者は、一軒の民宿としては驚くほどの数にのぼります。エコインストラクターに求められているのは自らよき演者となることですが、得難い知の資産を持った人々を活用する「コーディネート力」も重要だという好例です。



体験プログラムを支えるのは
地元の高齢者たち
撮影：和田悟

事例5：雑穀によるコミュニティビジネス 実施組織『清澄の村』（奈良県）

稗や粟、きび、たかきびなどの雑穀は、蕎麦や麦とともに、米の作りにくい寒冷地や山間部でかつて多くの命を支えてきました。現在のように日本中の誰もが米を食べることができるようになったのは意外にも昭和40年代以降のことで、それまで、家庭の主食のありようは単に経済力だけの問題ではなく、地勢や気候、地域の文化性を深く伴っていました。

私たちは何を食べて生きてきたのか。そうした振り返りの過程で着目されたのが消滅寸前にあった雑穀文化です。食育活動やリバイバル型の特産品開発運動と結びつき、品種の確認と保存、利用実態の調査と料理の再現などの取り組みが、各地でさまざまな組織によって行われています。

その一例が、奈良県にある郷土料理店『粟』です。Iターンの若者と地域とが連携してNPO法人『清澄の村』という団体を設立。若者らが発掘・調達した奈良県ゆかりの野菜や雑穀の種を、地元の農家が預かって生産。それを『粟』が買い上げて料理素材として利用しています。「大和の郷土料理」をうたう『粟』は予約制。こだわりの素材を使ったコース料理をゆったりと味わうスタイルが好評で、新鮮味に乏しかった古都観光に新しい風を吹き込みつつあります。生産から加工販売までを地域で行なう「6次産業化」によって、これといった名産のなかった農村に小さな経済が生まれつつあります。

運営者は『粟』の取り組みを単なる経済活動ではなく地域の人がみんな幸せになれるコミュニティビジネスとしてとらえており、そうしたおもいやりの連環を軸とした運営スタイルはエコツーリズムにも共通要素があります。最近、奈良市内の歴史のある街並みにも支店をオープンするなど、その活動が注目されています。



ビジネス資源となる雑穀

事例6：フードツーリズムと食べ支え運動 実施組織『アル・ケッチャーノ』（山形県）

『アル・ケッチャーノ』は、山形県鶴岡市にある「地場イタリアン」というスタイルを掲げるレストランです。オーナーシェフの奥田政行さんは、東京で料理修業中、生まれ育った庄内地方は世界に負けない優良食材の産地であることに気づき、ふるさとを料理の力で元気にしようと志し帰ってきました。山形大学の研究者を筆頭にさまざまな協力者の力を得て、忘れられつつあった伝統野菜や、丹精込めて育てているにも関わらずスポットライトの浴びることのなかった地域の畜産物などを、創作料理という

形で次々に花咲かせてきました。

奥田さんの料理は、その天才肌の技術とともに、庄内でしか食べることでできないオリジナルのイタリアンとして評判を呼び、今では伝説の店として世界の食通にも知られる存在となっています。

これに伴い、興味深いうねりも起こり始めました。アル・ケッチャーノで料理を味わうだけでなく、この店で使われている食材のことや背景をもっと知りたいという人が増え、生産現場を訪ねるツアーが自然発生的に誕生したのです。いわばフードツーリズムで、地元学の要素も多分に含まれることから、エコツーリズムの新しい形としても注目されています。

たとえば、伝統カブを作っている焼き畑の山まで出かけ、農家に栽培の苦勞を聞く。

羊の牧場を訪ね、生産の担い手があってこそその食であることを肌で知る。

カキヤマスを捕る漁師さんの話から、海と川、山の自然との深い関係について教わる。

食べることも地域や自然の学びにつながることを、奥田さんは料理と食材の関係に深くこだわることで示してきました。ちなみにアル・ケッチャーノとはイタリア語ではなく純粋な庄内弁。そこに(いいものが)「あったじゃないか」という意味だそうです。



地元食材によるイタリアン

事例7：小さな有畜複合農業で循環型社会のモデルづくり 実施組織『氏本農園』(山口県)

山口県の祝島は、瀬戸内に浮かぶ小さな島。氏本長一さんが年老いた親の介護のためにこの島に帰ってきたのは、今から数年前のことです。久しぶりに戻って驚いたのは、島の荒廃ぶり。かつてはすみずみまできれいに耕されていた段々畑や棚田が、人口減少と高齢化によって荒れ地と化し、ススキやセイタカアワダチソウ、竹に覆い尽くされていたのです。

この状況を改善しながら、島に新しい経済を生み出す起業モデルはないものか。思いついたのが豚の放牧です。電気柵で荒れ地を囲って豚を放すと、土の中の昆虫や澱粉を含んだクズの根、あるいは柔らかいタケノコを求めてせっせと土を掘り返し、根を露出させ草を押し倒します。雑草や灌木で覆われていた土地は、みるみる裸地化し、再び耕地として利用しやすくなります。豚が先兵となって復元してくれるので、人的労力はほとんどかかりません。氏本さんが行なうのは、もっぱら豚の放牧管理だけです。

これらの豚には市販の配合飼料も与えません。自分たちで土を掘り返すだけでは足りないので、島で出る余剰物を充てています。商品にならない規格外のミカンやビワ、野菜屑、サツマイモの蔓など、こ

れまで畑の隅に捨てられていたものです。

島は狭い地区に家が密集しているため残飯の回収も容易で、これも餌として有効活用しています。豚を導入することにより、廃棄物が出ない、いわゆるゼロエミッション型の社会が新たに構築されました。正しくいえば復活で、かつての日本では、畜産を軸にした小さな循環型農業が各地で営まれていました。

こうして育てられた豚は、脂が少なく赤身が強いという特徴があります。また、一頭ずつ肉質が異なるため「適度な脂と柔らかさ」「安定した品質」を評価の第一とする一般の食肉基準ではよい評価を得ることができませんが、自然放牧というナチュラルな特色と、際立った肉質の個性に注目し、高付加価値商品として購入してくれるレストランが現われました。

豚が耕した土地は、糞が有機肥料として自然に鋤きこまれるかたちとなり、自然と地力もついていきます。そのレストランではそこで育てた野菜も合わせて採用しています。

豚を使った環境復元と資源循環の実践、そして経済化のモデルは、エコツーリズムの視点でも興味深く、最近では放牧地の見学希望者が増えています。実際に祝島へ足を踏み入れてみると、離島の暮らしや島が置かれた現状も同時に目の当たりにすることになります。



自然放牧で育てられている豚

以上のような例で示したように、エコツーリズムとは、自然に接し、その息吹に肌で触れて何かを感じ取ることだけではありません。

解釈は人にとってさまざまですが、自然の摂理を生かした営みの知恵に接し、さまざまな知見を広く得ることもエコツーリズムであると考えます。

そこに派生する持続可能なビジネスや、社会をよりよくするムーブメントもエコツーリズムと同義語といえるでしょう。教育的意義や交流という既存の枠にとらわれすぎず、広く柔らかく地域の可能性を見つめることも、これからのエコツーリズムを担うインストラクターには大切な姿勢だと思えます。

参考文献 / 『葉っぱで2億円稼ぐおばあちゃんたち』(ビーパル地域活性化総合研究所編・小学館)