

## 「平成 28 年度 第 1 回広域観光みらい会議」講演概要

開催日時：平成 28 年 6 月 7 日 (火) 13:30~16:30

開催場所：高知共済会館「桜の間」(高知市本町 5-3-20)

## 1 開会挨拶 (高知県観光振興部副部長 吉村 大)

## 2 講演

演題：「集客売上 10 倍を実現した、バリアフリー観光の秘密」

講師：日本バリアフリー観光推進機構 理事長

伊勢志摩バリアフリースターセンター 理事長 中村 元 氏

中村氏

- ・バリアフリー観光 (ユニバーサルツーリズム) は、一般的に「やらないといけない大切なことだけど、めんどくさそう、お金がかかりそう」というイメージがあり、日本ではなかなか発展してこなかった。
- ・私は、水族館集客プロデューサーであり、福祉は本業ではない。この講演では、集客を増やすためのバリアフリー観光について話をする。
- ・観光は個人の時間の奪い合いであるため、パイを大きくすることは難しい。私は約 15 年前、他の観光地と既存のパイを奪い合うより、新しいパイ (バリアフリー観光) を作り出し、独り占めしようと考えた。
- ・調査をすると、障害者は、家族や友達を連れて平均 4 人のグループで観光施設を利用しているとわかった。つまり、障害者を 1 人呼べば、4 倍の集客が期待できる。
- ・障害者の割合は、人口の 3 %である。
- ・昔は、分離教育によって、障害者がほとんど社会に出てこなかったが、乙武洋匡氏の活躍により、徐々に障害者が社会に出てくる時代が変わってきた。
- ・6 年前の調査で、一般の小学校に通う児童のうち、障害児の割合は 0.3% であった。(30 人クラスに換算すると、10 クラスあたり 1 人障害児がいる。)
- ・近年、修学旅行をメインターゲットにしていた古くて安い旅館が廃業をしている。今まで何十年も常連だった学校が来なくなった。旅館側は「最近の子供は贅沢になったから」と思っているが、そうではなく、障害児が学年に 1 人いれば、階段や古いトイレの旅館は選べない。
- ・結婚式でも似た現象が起こっている。地方では、結婚式はホテルや旅館で行うものという慣習があり、昔は結婚式専用の式場は流行らなかったが、今は逆である。2 家族分の親戚を呼ぶと、車いす利用者がいるケースもあり、バリアフリー対応の結婚式場が選ばれることが多くなって、ホテルや旅館での結婚式は減ってしまった。

- ・イタリアの状況はさらに顕著である。財政上の理由から特別支援学校を廃止したため、学校に3%の割合で障害児が通っている。すると、学校を卒業しても3%の割合で障害者が活躍する社会になった。
- ・将来、日本にも人口の3%の割合で障害者が活躍する時代が来る。
- ・そのとき、「3%の4倍」がバリアフリーのサービスを選択する時代になる。
- ・高齢者のマーケットはさらに大きい。高齢者（65歳以上）は人口の28%、後期高齢者（75歳以上）は人口の14%である。
- ・高齢者は元気で、経済的な余裕があり、自由な時間があるため、あらゆる業界がターゲットとして狙っているが、上手くいっていない。失敗の理由は、高齢者のコミュニティに後期高齢者が含まれていることを理解していないからである。
- ・後期高齢者は、65歳、70歳の元気な高齢者とは異なり、早く歩けない、階段が登れない、和式トイレが使えない等、障害者と同様のバリアフリーを必要としている。
- ・後期高齢者に対応できるバリアフリーがあれば、高齢者と後期高齢者のグループを集客することができる。
- ・高齢者のマーケットは、人口の約1/3である。家族を連れて旅行をすれば、集客効果はさらに4倍になる。このマーケットを独り占めすれば、集客は10倍にも20倍にもなる。
- ・この大きなマーケットを獲得するために、何をすればよいか。
- ・ユニバーサルデザイン施設のマップが各地で作成されているが、障害者はそういった情報をあまり信用していない。なぜなら、ユニバーサルデザインの設備までの道がバリアフリー対応でなく、目的地に辿り着けなかった経験をしているからである。
- ・調査すると、旅行に頻繁に出かける障害者は、旅行の計画を立てるときに、自身の人脈を通じて、地元の障害者が紹介するバリアフリー対応施設の情報収集していることがわかった。
- ・そこで、地元の障害者が調査した情報を提供する、バリアフリー観光の相談センターを作ろうと考え、伊勢志摩バリアフリーツアーセンターを設立した。
- ・バリアフリーツアーセンターでは、バリアフリー観光に係る「地元の情報調査・発信」、「旅行者からの相談対応・宿泊施設等のあっせん」を行う。
- ・活動のポイントは「バリアフリー観光 ≠ ユニバーサルデザイン」ということである。もし、ユニバーサルデザインの施設の情報を提供しても、面白味がない施設ばかりであれば旅行者は喜ばない。特に、レジャー・観光はこの傾向が強い。旅行者が行きたい場所は、一般の人も含めて、みんなが行きたいと思う観光地である。
- ・このため、私たちが調査・発信するのは「バリアフリー」ではなく「バリア」に関する情報である。人気の施設や観光地の「バリア」に関する全ての情報を細かく調査する（具体的には段差の高さ・幅・数・間隔、スロープの角度・長さなど）。この情報を基に、相談者は自分が（同行者の協力も含めて）乗り越えられるバリアの基準を考え、旅行先を選択する。これが「パーソナルバリアフリー基準」である。

- ・例を挙げると、相談者は、まず、窓口で「どんなバリアフリー対応施設がありますか？」と質問をしてくる。だが、センターは「バリアフリーに関わらず、どこで何がしたいですか？」と聞き返す。すると、「何を言ってもいいのですか？」と、驚きながら、「温泉に行きたいけれど、無理ですよね。」と希望を伝えてくれる。
- ・そこで、センターから3つの案を提案する。
  - ①立派な旅館の最上階、露天風呂付の部屋。バリアフリー対応だが、値段が高い。
  - ②屋内に家族風呂がある旅館。バリアフリー対応しており、車いすで入浴可能。
  - ③風呂まで段差はあるが、絶景の露天風呂に入浴できる旅館。
 すると、介助者が段差を乗り越えられる場合なら、圧倒的に③が人気である。介助者に段差を越える自信が無い場合は、孫も旅行に誘って助けてもらおうという話に発展することもある。このとき、この相談者にとって、段差はバリアにはならない。
- ・つまり、パーソナルバリアフリー基準で大事なことは、旅行者が何をしたいかである。情報を提供することで、個人がやりたいこと、行きたいところへ行くことを、どうしたら実現できるか考え、選択してもらう。
- ・センターは介助を一切行わない。介助を行うことは福祉であり、観光地づくりではない。
  
- ・バリアフリー観光は、宿泊施設におけるトラブルの原因となることもある。
- ・伊勢志摩では、お客様から旅館へ直接バリアフリー観光の相談がきた場合、旅館は旅行者へ「バリアフリーツアーセンターに相談してみてください。いろいろ聞いてもらえますよ。」と、伝えている。
- ・これは、旅館業法において、正当な理由がなく宿泊を断ることは禁止されているため、旅館はバリアフリーを求める利用者の宿泊を断ることはできないが、バリアフリーツアーセンターを薦めることに問題は無い。バリアフリーセンターに相談が来れば、受入態勢が整っている旅館をあっせんすることができる。センターの存在は、旅館でのトラブルを避けるリスクマネジメントの効果がある。
- ・また、旅館のスタッフは、お客様の障害について聞きづらい場合があるが、センターの職員なら、どんな質問でも聞くことができ、旅行者も喜んで答えてくれる。聴取の結果をセンターで具体的な指示書に落とし込み、宿泊施設へ FAX やメールで伝える。気をつけることが具体的にわかっているならば、どんな施設でも対応ができる。
- ・バリアフリーツアーセンターは、この14年間で1度もトラブルを起こしていない。バリアを全て示し、本人に選んでもらっているからである。
  
- ・バリアフリーツアーセンターでは、施設に対するユニバーサルデザイン化のアドバイス業務も行っている。
- ・日本には、間違ったユニバーサルデザインが多く存在している。そのほとんどが、重度の障害者を基準にデザインしてしまい、一般の利用者が使いたくもないデザインに仕上がる事例である。
- ・ユニバーサルデザインで大切なことは、みんなが使いたいと思うデザインであること。そもそも、ユニバーサルデザインの提唱者は、「ユニバーサルデザインとは、できるだけ多くの人々が利用可能であるようにデザインすること」と定義しており、

一般の利用者を無視したらユニバーサルデザインではない。デザイン的に美しく、且つ機能を持たせることが重要である。

- ・伊勢志摩でバリアフリーツアーセンターの活動を行ってきて嬉しいと感じるのは、徐々にノーマライゼーション社会（障害者も健常者も同じように地域で生きる社会）に近づいてきていると感じることである。
- ・伊勢志摩は障害者が多い。観光客として多く訪れてきていることに加え、地元に住んでいる障害者も積極的に外に出ているためである。
- ・ある車いすの旅行者は、伊勢志摩で、生まれて初めて、道でチラシをもらったと話してくれた。「ここでは、私は一人前の人だと思われている。」と喜んでいた。
- ・車いすの障害者が小規模な飲食店に入ると、だいたいの場合、入店を断られるか、店員が慌てて対応をするかどちらかだそうである。だが、伊勢志摩を訪れた旅行者は、入ったうどん店でアルバイトの店員が慌てずにさっと案内をしてくれる様子に感動したと話してくれた。
- ・4年前に伊勢市長が、3年前に三重県知事が日本一のバリアフリー観光宣言をした。
- ・バリアフリー・インバウンドの取組も加速している。日本バリアフリー観光推進機構が運営するバリアフリー・インバウンド相談センター「Accessible Travel JAPAN（アクセシブルトラベルジャパン）」には、開設から毎日のように問い合わせがある。時代はどんどん変わってきている。
- ・四国のバリアフリー観光はまだまだだと思う。今、高知県が取組みを始めれば、バリアフリー観光の先進県になることができる。一緒に取り組みを始めてみませんか。

### 3 事例紹介

クラブツーリズム株式会社

ユニバーサルデザイン旅行センター 課長 湊山 知弘 氏

湊山氏

- ・本日は、ユニバーサルツーリズムの具体的事例を2つ紹介する。
- ・1つ目は、高知県での事例。
- ・18年前より、半年に1度、視覚障害者の方々と四国遍路を巡るツアーを開催し、私も毎回同行している。
- ・このツアーには、四国の現地の人が介助者として協力しており、高知県からはトヨタピスタ高知の新入社員が、研修プログラムの一環として、ツアーに参加している。
- ・どうして、顧客に成り得ない視覚障害者の介助を研修に取り入れるかという、見えない景色などを伝えるという体験を通して、人に言葉で物事を伝えることが丁寧になるとのこと。

- ・視覚障害者の四国遍路ツアーで得たノウハウを活かし、さらに、車いす利用者の方々と巡る四国遍路ツアーも企画・実施した。
  - ・四国遍路には、避けることができない階段（石段）が多くある。このツアーでは、階段を上がる自信が無ければ、階段の下で待っていてもよいこととした。
  - ・ツアーの開始当初は、階段の下で待っている人がいた。しかし、階段を少し上がればみんなと一緒に本堂にお参りができると考え、旅行から帰宅した後の半年間でリハビリに励み、次の旅行で階段に挑戦する人もいた。
  - ・また、旅が進むにつれ、当初はスタッフの介助を必要としていた人が、次第に介助が少なくてすむようになることもあった。
  - ・このツアーは、2009年のツーリズムエキスポにて、数ある全国の旅行商品の中で、審査員賞を受賞した。当時の旅行業界では、四国遍路は条件が厳しすぎるので、ユニバーサルツーリズム化は不可能だと思われていたが、地元の人々の協力を得て実現したことが評価された。
- ・私たち、クラブツーリズムが、なぜ四国遍路の旅を実現できたのかというと、実は四国遍路よりも条件の厳しいツアーを実現してきたからである。具体的には、マチュピチュツアーやケニアでマサイ族と出会うツアーなど。現地で4人の介助者がつき、車いすを押して山を登ることもあった。お客様の行きたいという声があれば旅行を実現させてきた。
- ・続いて、2つ目は、高齢者が元気な旅行の事例。
  - ・年回国内宿泊旅行回数は60代から70代になると急減する。70代が60代と同じように旅行をすれば、新たに5,200億円のマーケットが生まれる。さらに、同行者が1名付けば、そのマーケットは1兆4,000億円になる。高齢者の旅行需要の喚起は非常に重要なテーマである。
  - ・クラブツーリズムが行う「ドリームフェスタ」というイベントでは、200人規模の高齢者や障害者が参加し、旅を楽しんでいる。80代の車いすの男性と70代の介助者の女性の夫婦は、2006年にこのイベントでハワイに行き、ハワイで金婚式を挙げる他の夫婦を見て、自分たちも同じようにハワイで式を挙げたいという夢を持った。そして、2008年に同イベントに参加し、杖を突きながら歩き、ハワイで金婚式を挙げる夢をかなえた。
  - ・この夫婦だけでなく、ユニバーサルツーリズムのツアー参加者には、参加する前・参加した後の様々なエピソードがある。障害者や高齢者は世間から悲しいイメージで捉えられがちだが、実際のツアーの参加者には悲壮感などまったくなく、生き生きと旅行を楽しんでいる。

高木氏

- ・ ユニバーサルツーリズムの対象は、旅行をするうえで不自由を感じる人。障害者、高齢者、妊婦、さらには、言語の不自由さがある外国人観光客も、広い意味でユニバーサルツーリズムの対象である。
- ・ J T B は、1991 年に、業界初の「車いすで行くアメリカ」「車いすで行くカナダ」を発売。1998 年には長野パラリンピックで選手団の移動等に全面協力。2000 年にはユニバーサルツーリズムのホームページを開設。世間にユニバーサルツーリズムが認知される以前から、活動に取り組んできた。
- ・ J T B が販売する個人向けユニバーサルツーリズム商品を紹介。
  - 「夢の休日」 70 歳代におすすめの国内旅行を紹介。
  - 「赤ちゃん歓迎の宿」 近年は、小さい赤ちゃんがいる人も旅行に行きたいと思っている。ミキハウスと提携した商品を紹介。
  - 「サンライズツアー」 外国人向けの英語ガイド付きツアー。1964 年に誕生。
  - 「海外透析ツアー」 旅行に行くことが難しかった人工透析を受けている人に向けたツアー。1989 年から続く定番の人気商品。
  - 「心と体にやさしい宿」 全国のバリアフリーに取り組む宿のサービスを紹介。車いすでも利用できるタクシーやトラベルヘルパーの手配といったオプションも紹介する。
- ・ 障害者差別解消法が、今年（2016 年）4 月より施行され、あらゆる人が差別を受けるべきでない」と明記している。観光に関わる人は、ある程度の知識を持っておかないとならない。
- ・ ユニバーサルツーリズムは、今までの「特別な配慮（サービス）」という考え方から、「当たり前の配慮（サービス）」という考え方に変わってきている。
- ・ 最終的には「ハート＝ホスピタリティ＝おもてなし」が大切。
- ・ 旅には心を動かす「旅の力」があり、旅は「生活の質を向上」させる。