

ユニバーサルツーリズムにおけるサービス提供に関する調査 (平成23年度) 【概要】

観光庁 観光産業課

1. ユニバーサルツーリズム対応の必要性

人口減少や経済低迷による給与水準の低下、若者の旅行離れ(ゼロ回層の出現)などにより、旅行における需要は低迷を続けており、旅行需要の喚起は旅行業界だけでなく、日本経済を活性化させる上でも重要な課題である。

また、インターネットの出現などにより、旅行の形態や予約の方法なども大きく変わってきている。近年のデータをみると、旅行の予約方法は51%がインターネットとなっており(出典:数値が語る旅行業2011/一般社団法人日本旅行業協会(JATA))、旅行事業者の窓口を通しての旅行予約は激減しているものと想定される。

⇒旅行需要の喚起のため、また日本経済の活性化のためにも、潜在的需要が大きい高齢者、障がい者の旅行への対応は必要不可欠

■旅行の市場規模

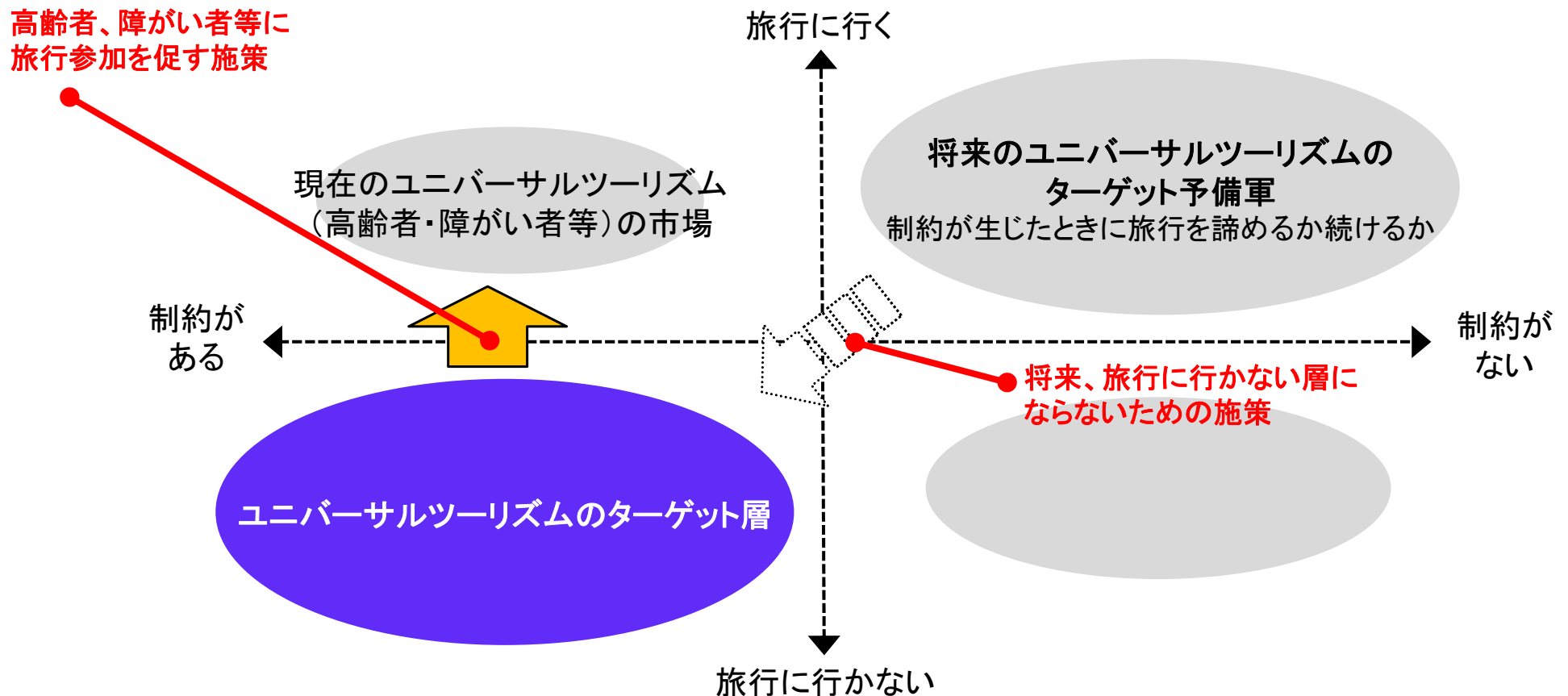
	総旅行人数 (国内宿泊旅行)	旅行総消費額 (国内宿泊旅行)
2000年	3億2,544万人	12兆200億円
2010年	2億9,855万人 (8%減)	9兆5,600億円 (20%減)

出典:数値が語る旅行業2011/一般社団法人日本旅行業協会(JATA)

2. ユニバーサルツーリズムの市場をどう捉えるか

ユニバーサルツーリズムの取り組みにおいては、「現時点で制約をもった方で、旅行に行かない層」が旅行に行くようになること、また、「現時点では旅行に行っているが、将来、障がいを持つ可能性がある層」が、将来も継続して旅行に行くようになることが重要である。

⇒現在・将来において、制約のある方が安心して旅行ができるような環境の整備が必要



3. 旅行事業者のユニバーサルツーリズム取組み状況

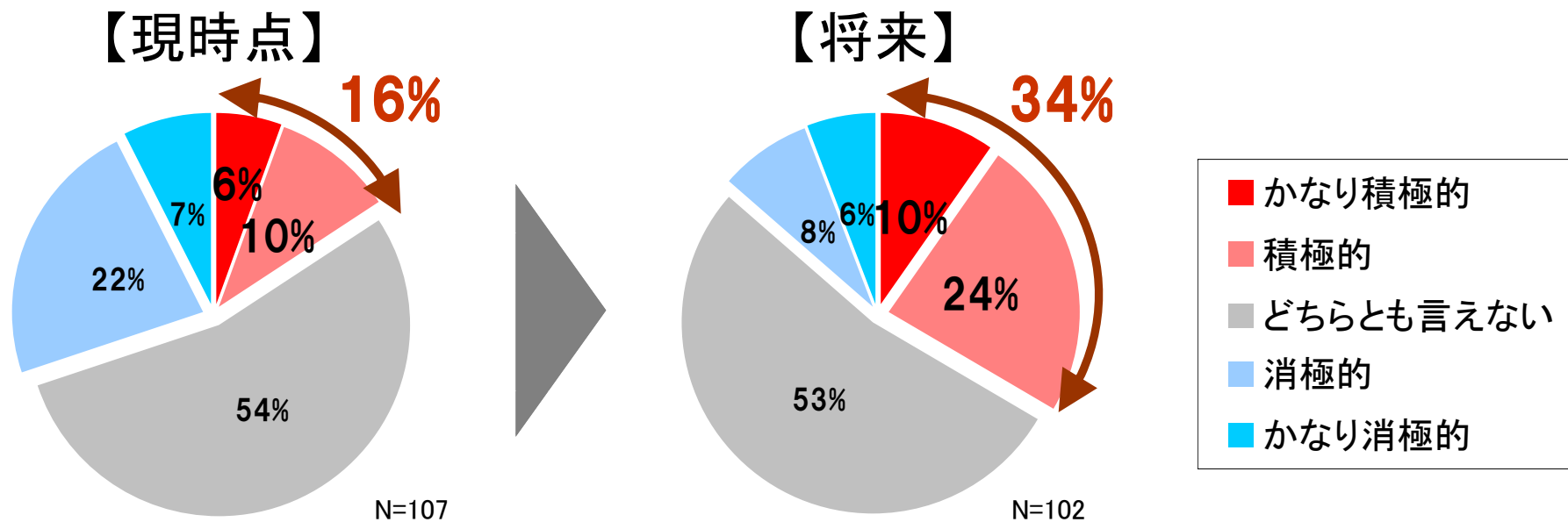
一般社団法人日本旅行業協会（JATA）の会員企業にアンケート調査を実施。
110社から回答を得た（回答率約10%）。

（1）ユニバーサルツーリズム・バリアフリー旅行に対する取組姿勢

ユニバーサルツーリズムに対し、【積極的】と回答した事業者は、現状16%に対し、将来は34%に増加する。「興味・関心がある」、「取り組む必要性を感じている」といった状況が伺える。

【消極的】な理由は、「ノウハウがない」、「協力者がわからない」、「事故などのリスクが大きい」と回答されており、ノウハウや経験の不足などが大きな理由となっている。

⇒感心はある／必要性は感じているが、どう取り組めばよいのか（何をすればよいのか）分からないということが旅行事業者の現状の認識



3. 旅行事業者のユニバーサルツーリズム取組み状況

(2) 旅行事業者が感じている課題(ビジネスプロセス毎)

企画

○受け地側の対応に関する内容(施設、人材、情報不足等)と企画側のスキルに関する意見が多い

- ・施設のバリアフリーに関する案内が共通ではないので、実態の調査に時間がかかる。バリアフリーに関する情報の基準が曖昧なので、実際に現地を見ないと分からない。
- ・受入先施設がどの程度対応できるか分からないので、企画に通常よりも手間がかかる。
- ・高齢者及び障がい者の対応に関する専門知識の不足。障がい者向けのツアーを作成するためには専門のスペシャリストを養成しないと難しい。 等

宣伝

○高齢者、障がい者への告知方法(分かりやすさ、効果的な方法)に関する意見が多い

- ・障がいには様々なものがあり、画一的な情報提供ではカバーできない。
- ・どこにどのような手法で宣伝をしたら効果的なのかという情報がない。
- ・当事者で旅行を出来る事を知らない人が多い(認知度の向上が必要)。
- ・施設が高齢者や障がい者に対して行っているサービスの情報を提供してほしい。 等

販売

○価格が高くなる中での問題や利益確保等に関する意見が多い

- ・障がい者旅行はボランティア活動の側面が強く十分な収益が望めない。
- ・一般的な旅行よりも仕入単価が高い場合が多く、同じような利益率をつけると商品価格が高くなる。
- ・通常ツアーより余分にかかる人件費を、受益者負担にしづらい。 等

3. 旅行事業者のユニバーサルツーリズム取組み状況

(2) 旅行事業者が感じている課題(ビジネスプロセス毎)

実施

○様々なリスクがある中でのトラブル対応や、責任問題に関する意見が多い

- ・健常者と障がい者を混乗にした場合、ご理解のない他のお客様からのクレームが発生する可能性がある。
- ・ホテルから医療機関への密な連携、緊急な場合でも対応ができる体制(急病等への対応)が必要。
- ・こういった問題が発生しうるか全く予想がつかない。
- ・どのように対応をすればよいか見当がつかない。 等

その他

○評価段階:リピーターに関する内容 等

- ・リピート率は高いが高額商品のため、多くの参加者が見込めない。 等

○海外旅行:国内以上に受け地のバリアフリーに関する情報不足、リスクの大きさ、対応の難しさ 等

- ・車いすでアクセスできる観光地、車いす用トイレがある休憩場所等、情報を集めるのに時間がかかる。海外現地ランドオペレータの情報が少なすぎる。
- ・国内以上に大きな問題が発生すると思われるが、どのような対応をとればよいのか見当がつかない。また責任問題を考えると国内以上に二の足を踏まざるをえない。
- ・なんとか対応しているが正直不安。 等

4. 先進事業者の取組み例

ユニバーサルツーリズム・バリアフリー旅行を実践している企業(先進事業者5社)にヒアリングを実施。

先進事業者は、専門部署を設置し、専門家を配置しており、高齢者、障がい者を積極的に受け入れることにより、ノウハウを蓄積している。

その他、先進事業者が実施している主な取組みは以下のとおり。

- ✓ 専門部署、専門家の設置
- ✓ ユニバーサルツーリズム・バリアフリー旅行への社員の派遣(体験型講習)
- ✓ 受け地(宿泊施設、観光地)の調査・情報交換(情報の蓄積)
- ✓ サポーター(介助者)の登録(雇用ではなく登録)
- ✓ ツアー参加者との密な情報交換(ネガティブ情報の提供、参加者の状況ヒアリング)

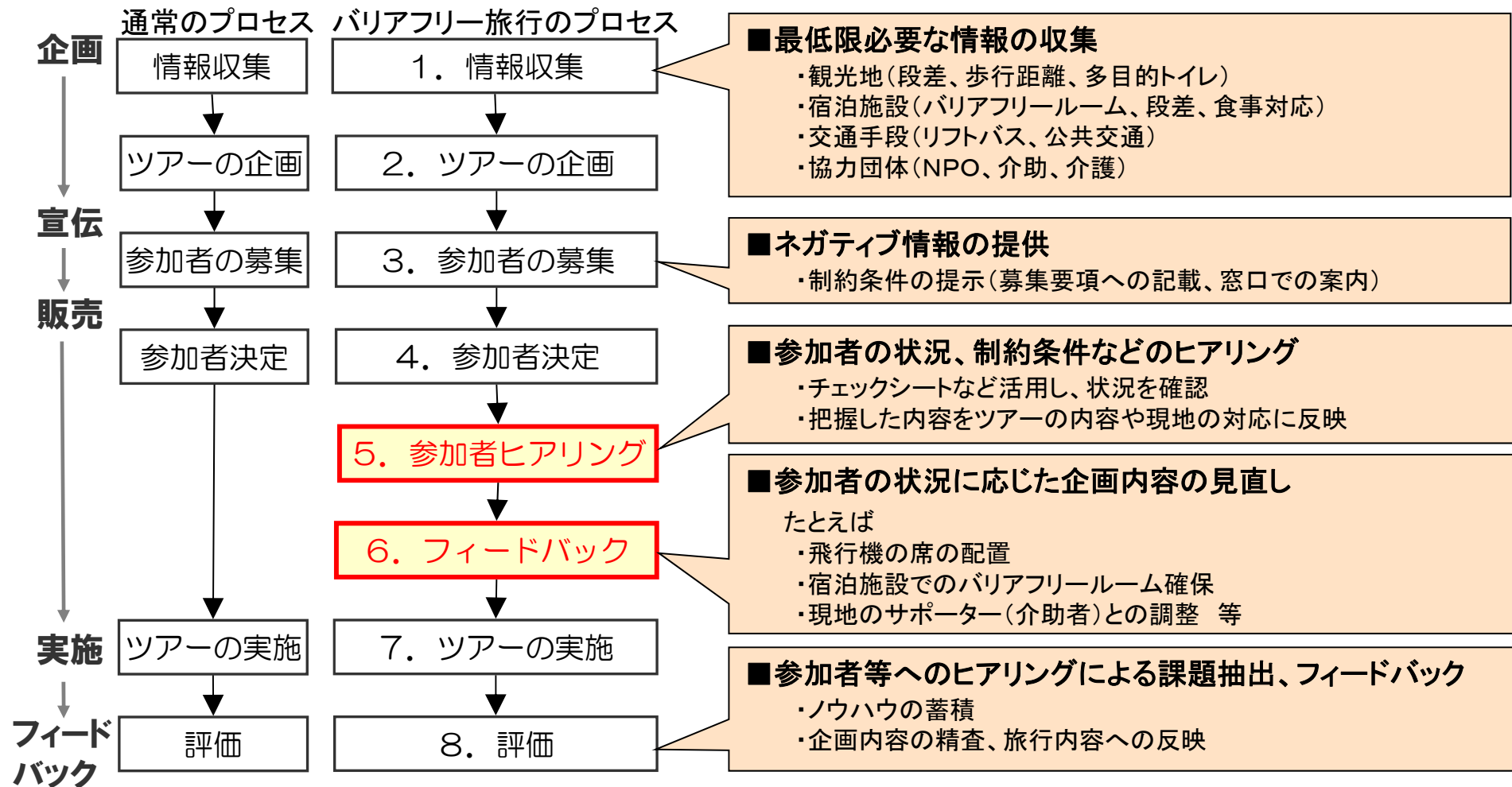
また、先進事業者は、それぞれのスタンスで、以下の旅行の企画・造成・手配を実施している。

- ① ノーマルな旅行へ的高齢者、障がい者の参加の促進
 - ✓ 募集型企画旅行(パック型)で、高齢者、障がい者に柔軟に対応
- ② 高齢者、障がい者用のスペシャルな旅行の造成
 - ✓ 募集型企画旅行(パック型)で、バリアフリー旅行を扱う
 - ✓ 手配旅行で専門的にバリアフリー旅行

4. 先進事業者の取組み例

■バリアフリー旅行の企画・実施プロセス

障がい者等を対象にしたバリアフリー旅行においては、特別な情報収集や参加者への情報提供などが必要となるが、バリアフリー旅行独特であり、かつ、最も重要なプロセスとして、「参加者へのヒアリング」およびその結果の「フィードバック」がある。



5. モニターツアーの実施

ユニバーサルツーリズムを推進していくための課題を把握するために、旅行事業者の協力を得て、高齢者、障がい者、サポーター(介助者)が参加するモニターツアーを実施。

以下の条件で、モニターツアー用のパッケージツアー(1泊2日)を企画・造成。高齢者・障がい者及び家族・サポーター(介助者)を対象に、モニターを募集・確保した。

項目	概要
1) 期間	1泊2日
2) 出発地/目的地、 募集人数、旅行事業者	①関東発 福島観光圏(バス利用) 15名 クラブツーリズム ②関東発 鴨川(バス利用) 15名 クラブツーリズム ③広島発 沖縄(飛行機利用) 12名 昭和観光社 ④広島発 高知県(バス利用) 8名 昭和観光社
3) 対象者	合計50名(高齢者、肢体不自由者、視覚障がい者及び家族、サポーター(介助者)が対象)

モニターツアー中に実施したアンケート調査等の結果より、高齢者・障がい者は、「旅行に行きたい」ものの、参加できるツアーがない、存在を知らないこと等から、旅行に参加できていない状況がわかった。その他、価格に対する不満が多く聞かれ、できるだけ安価なツアーが求められていることがわかった。

一方、サポーター(介助者)については、生きがいやスキルアップのため参加している人も多く、一定の費用負担があっても参加したいという意見があることから、サポーター(介助者)の参加促進も参加者増加の一助となる可能性がある。

6. ユニバーサルツーリズムを取り巻く課題

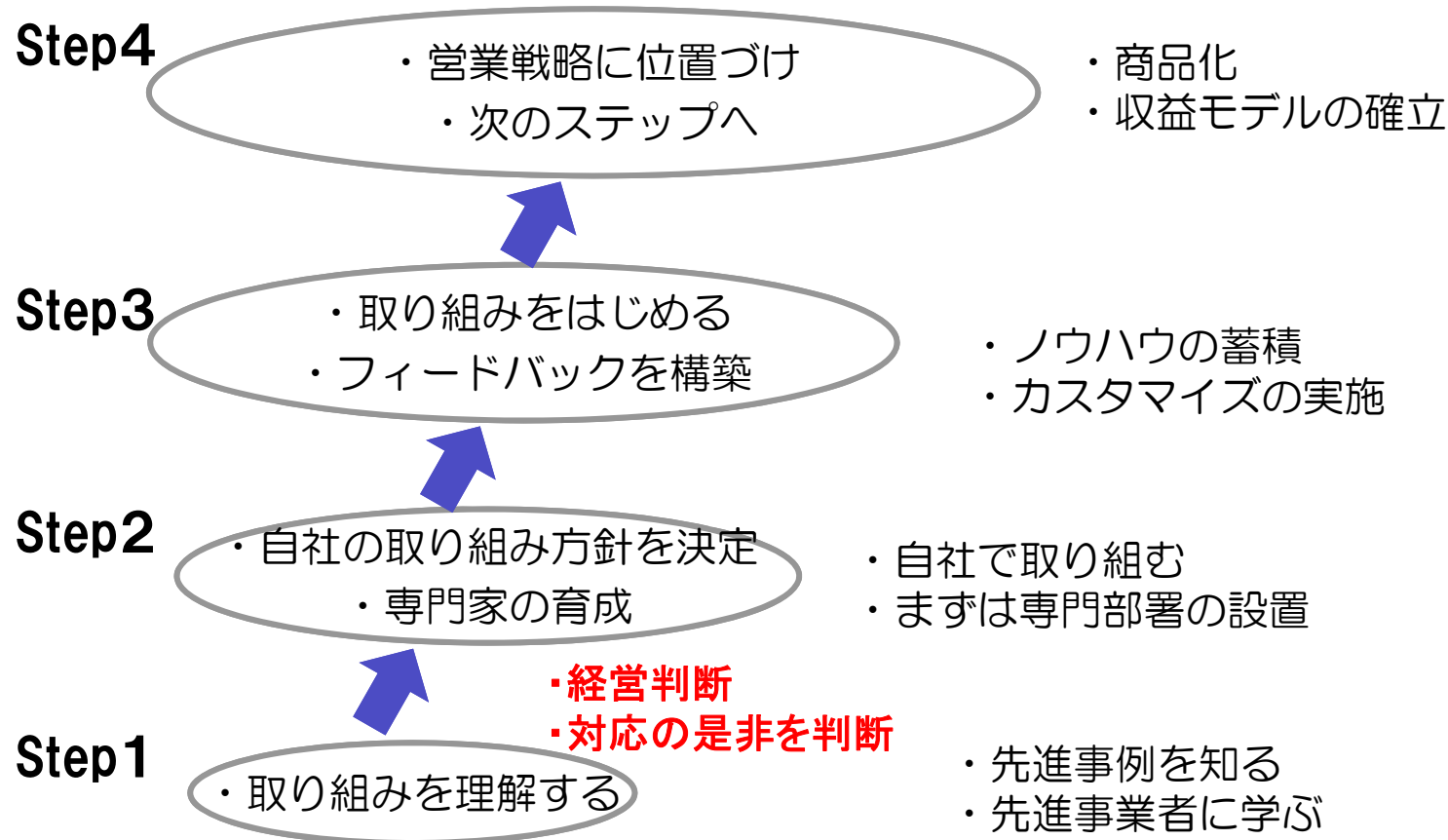
旅行事業者へのアンケート調査、専門事業者へのヒアリング、モニターツアーでのアンケート調査等から、ユニバーサルツーリズム推進に当たっての送り手側の課題を示した。旅行事業のビジネスプロセス(企画、宣伝、販売、実施、評価)の各段階において課題を整理した。

プロセス	課題
企画 プロセス	<ul style="list-style-type: none"> ①受け地との連携強化（NPO、支援団体、宿泊施設など） ②企画側のスキル向上（人材教育、体験型プログラム） ③多くの事業者の参入等による商品バリエーションや魅力の確保 ④サポーター（介助者）の確保
宣伝 プロセス	<ul style="list-style-type: none"> ①認知度向上（障がい者でも旅行に行けることの周知） ②PR対象・方策の確立（高齢者、障がい者、家族、ケアマネージャー） ③利用者による情報共有、口コミの促進
販売 プロセス	<ul style="list-style-type: none"> ①顧客への情報提供の実施（バリア情報の提供、注意事項などの周知） ②顧客に関する情報把握（ヒアリングなどによる状況把握） ③販売価格の低減
実施 プロセス	<ul style="list-style-type: none"> ①添乗員等のスキル向上（人材教育） ②対応範囲の明確化（旅行業と介護、医療との区別、健常者との混在）
評価 プロセス	<ul style="list-style-type: none"> ①顧客の満足度確認から改善のプロセス実施 ②課題や改善点の商品や対応方法への反映

7. 旅行事業者が対応すべき事項（成長のステップ）

多くの旅行事業者がユニバーサルツーリズムに参画し、すそ野を広げるためには、まずは、先進的に取り組みを実施している事業者に学び、自社の経営判断として、参画するか否かを決定する必要がある。

そのうえで、専門部署、専門家を設置し、取り組みを繰り返すごとにノウハウを蓄積し、自社のスタイルにあった商品にカスタマイズする必要があり、最終的には、事業として十分に収益を生むモデルを模索し、自社の主力商品にまで成熟させることを目指すことが必要となる。



8. 市場を掘り起こすために必要な事項

ユニバーサルツーリズムを推進するためには、多くの高齢者、障がい者等が旅行に行くことによって、旅行者のすそ野を広げる必要がある。

ユニバーサルツーリズムの市場を掘り起こし、需要を喚起するために、以下の対応方針が考えられる。

①高齢者の旅行参加を促す

- ✓健康効果のPR(旅行が健康につながることのPR)
- ✓旅行のバリエーション(歩かない旅行など)

②障がい者(現在旅行に行けない人、何らかの制約のある人)の参加を促す

- ✓相談窓口の設置(送り手側の視点で利用者へのアドバイスを実施)
- ✓ケアマネージャー、老人福祉施設、地域包括・在宅介護支援センター等との連携

③サポーター(介助者)の旅行参加(市場としての開拓)

- ✓大学、専門学校とのタイアップ、体験ツアー(教育プログラム)
- ✓ケアマネージャー等のユニバーサルツーリズムへの参加(キャリアパス)

9. 旅行業界全体の底上げ／認知度向上のための対応方針

■旅行業界全体の底上げのための対応方針

各旅行事業者がスムーズにユニバーサルツーリズムに参入できるように、業界全体としての環境整備が必要不可欠であり、今後、業界団体等の主導により企業間の連携なども含めて実施する必要がある。

- ✓ 専門家育成(研修制度など)
- ✓ 経営層の意識啓発
- ✓ マニュアル・チェックシートの拡充(企画、販売窓口、現場対応)

■認知度向上のための対応方針

ユニバーサルツーリズム、バリアフリー旅行の認知度を高め、健常者も含めた理解を促進するとともに、観光産業の振興に寄与する事業を実施することが重要となる。

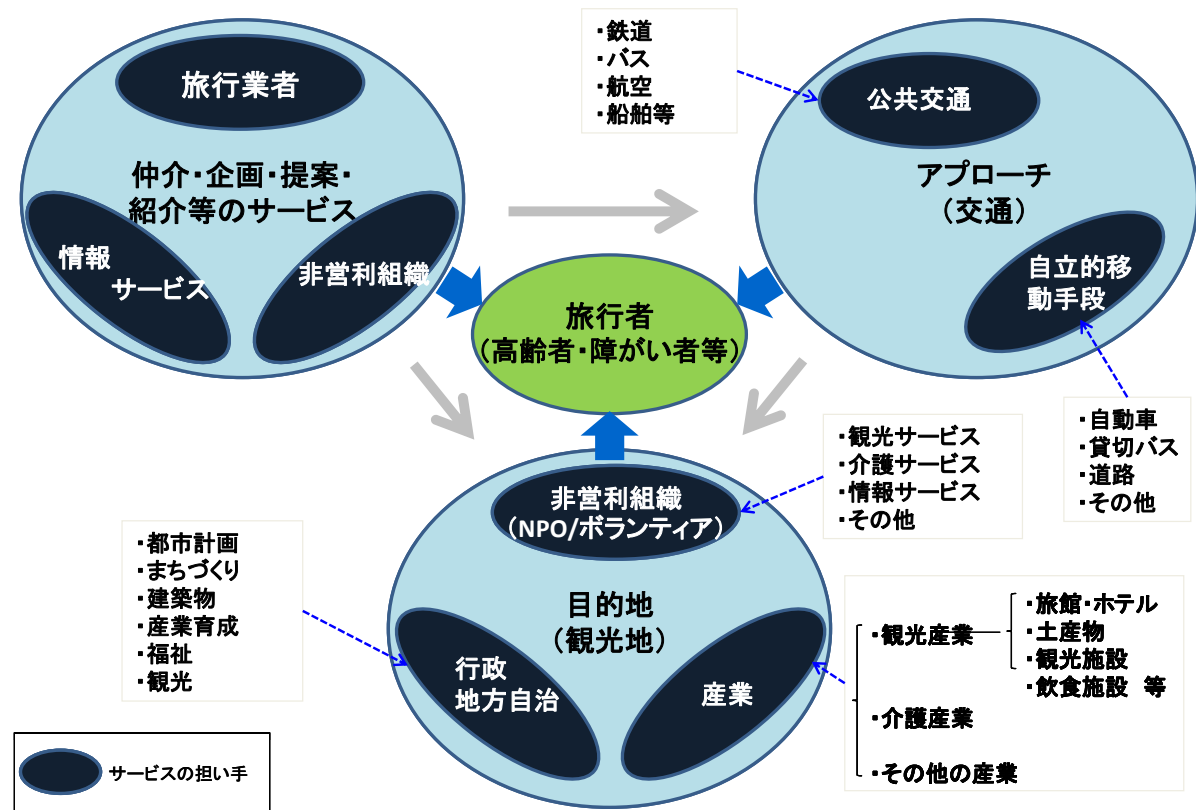
- ✓ 将来的なインバウンド市場の高齢化も見据えたマーケット規模の分析
- ✓ 取り組み事例の収集とシンポジウム等による周知
- ✓ 健康効果の分析とPR方法の検討

10. 今後の課題

今年度の検討においては、旅行事業者へのヒアリング・アンケートやモニターツアーの実施により、旅行事業者(送り手)の視点でユニバーサルツーリズムの現状を把握し、課題を明らかにした上で、その対応方針を検討した。

また、検討を進める上で、ユニバーサルツーリズムを推進するためには、旅行事業者だけでなく、受け地側の課題、利用者の課題、国、業界が対応すべき課題が存在することが明らかとなった。

今後は、旅行事業者だけでなく受け地側も含めた各関係者の視点で課題を明らかにし、対応策を検討することが必要である。



参考図 ユニバーサルツーリズムにおける関係者