

【別紙：概要説明資料】

車いす、足腰が不安なシニア層の 国内宿泊旅行拡大に関する調査研究

平成28年4月13日

国土交通省 国土交通政策研究所

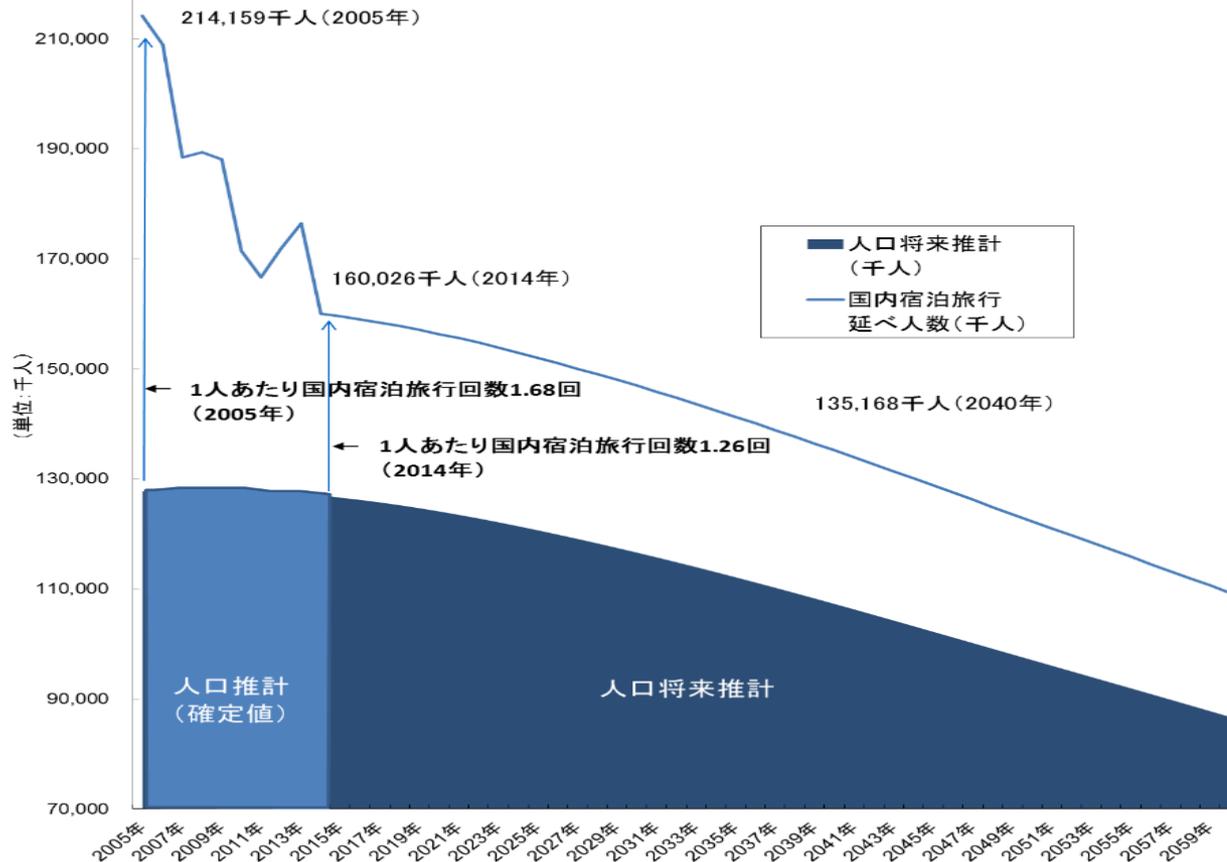
(1) 人口減少に伴う国内宿泊旅行市場の縮小

○ 日本の将来人口

2014年約1.27億人 → 2040年約1.07億人 → **2060年約0.87億人**

○ 日本の国内宿泊旅行延べ人数 (平均旅行回数が2014年から変化しない場合)

2014年約1.60億人 → 2040年約1.35億人 → **2060年約1.09億人**



出所:人口将来推計:国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)表1-9 男女年齢各歳別人口(出生中位(死亡中位)推計)」、人口推計:総務省統計局「年齢(5歳階級)、男女別人口(平成26年10月確定値、平成27年3月概算値)」より作成

国内宿泊旅行延べ人数:2010年～2014年は観光庁「旅行・観光消費動向調査」より作成。2009年以前は、各年人口推計値(各年10月1日数値)に、宿泊旅行に係る各年旅行平均回数(観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究(2009年版)」を乗じたものに対して、各年宿泊旅行平均回数における観光・レクリエーション旅行回数のシェアを乗じて算出

注1) 一人当たり宿泊旅行回数は、2014年の平均回数(1.26回)が経年で変化しないものと仮定し、人口将来推計より、国内宿泊旅行延べ人数を算出。

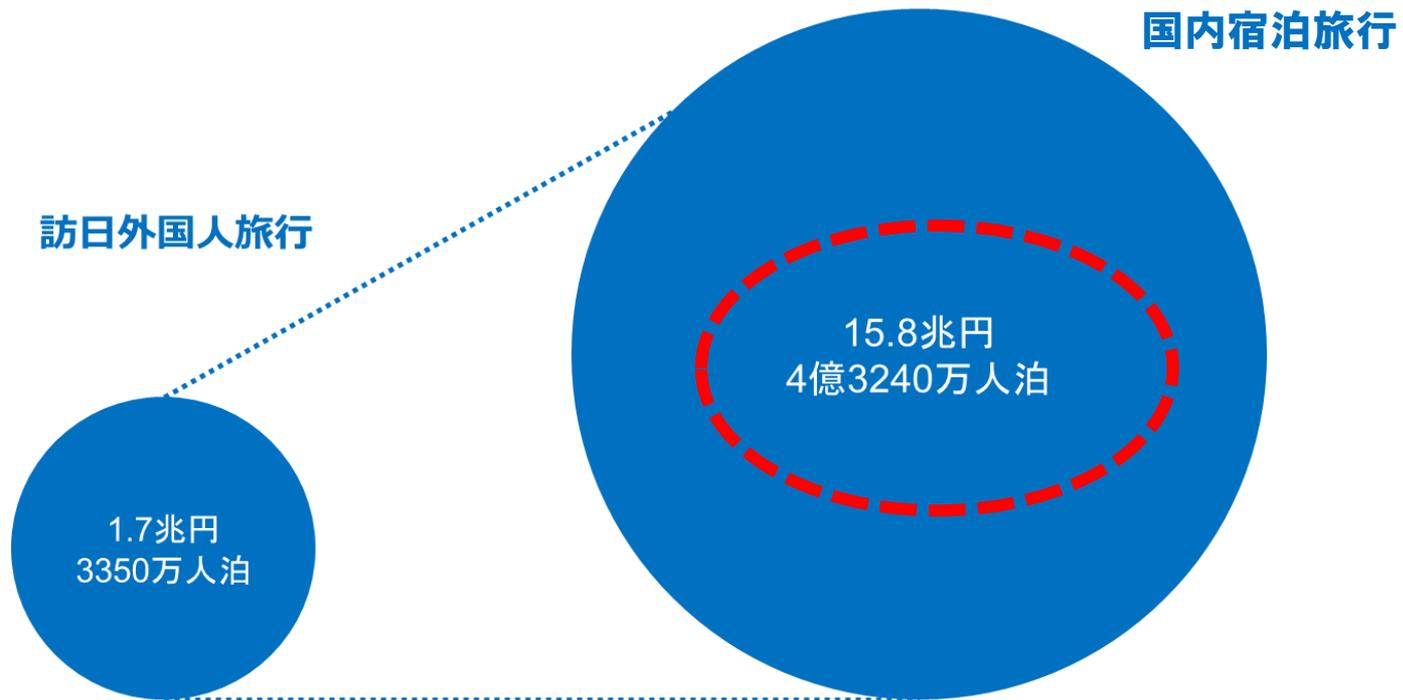
注2) 国内宿泊旅行延べ人数は、観光・レクリエーション目的の合計値である(帰省等は除く)。

注3) 2005年～2014年の人口は確定値(各年10月1日数値を掲載)

注4) 2005～2009年の観光・レクリエーション旅行回数のシェアは、「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」(2004年版、2005年版、2006年版、2007年版、2008年版、2009年版)旅行平均回数の値から算出。

(2) インバウンドと並行し、国内宿泊旅行を促進する必要

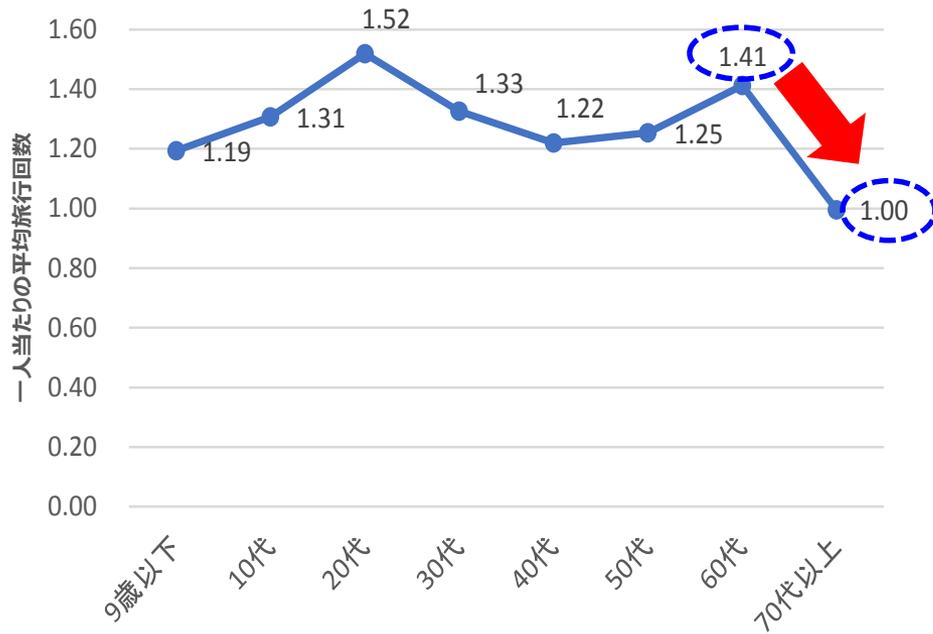
旅行市場規模（2013）の比較



出所：旅行消費額：観光庁「平成27年版観光白書 資料44」、
宿泊数：観光庁「平成25年宿泊旅行統計調査」

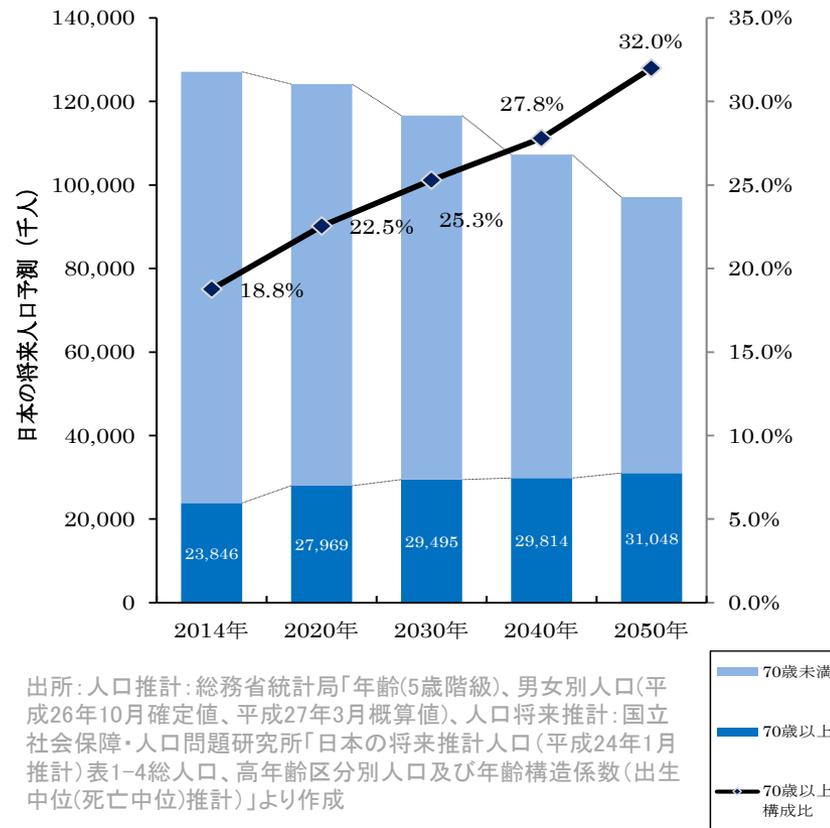
(3) 70代以上の旅行回数増加の可能性と世代人口増の相乗効果

◇ 一人当たり年間平均国内宿泊旅行回数



出所：人口推計：総務省統計局「年齢(5歳階級)、男女別人口(平成26年10月確定値、平成27年3月概算値)」、国内宿泊旅行延べ人数(2014年)は観光庁「旅行・観光消費動向調査」より観光・レクリエーション目的の合計値から、年間平均回数を算出

◇ 将来の総人口と70歳以上の構成比

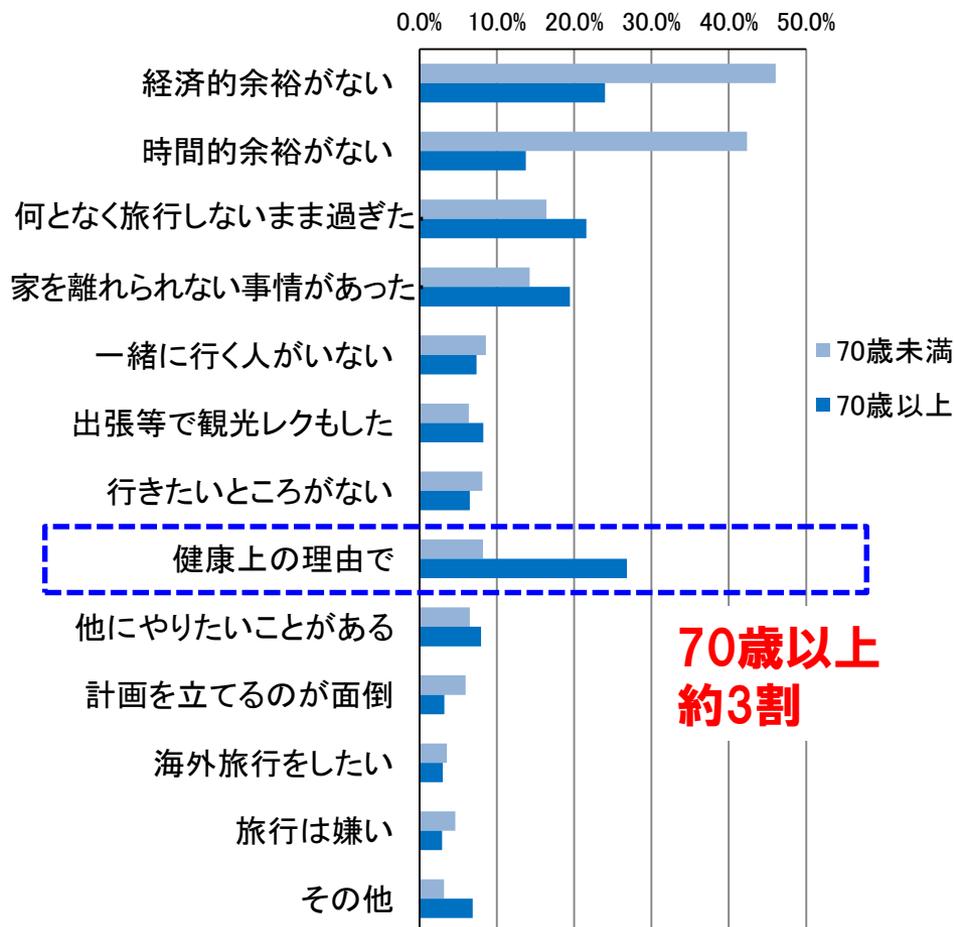


出所：人口推計：総務省統計局「年齢(5歳階級)、男女別人口(平成26年10月確定値、平成27年3月概算値)、人口将来推計：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)表1-4総人口、高齢区分別人口及び年齢構造係数(出生中位(死亡中位)推計)」より作成

⇒ **70歳以上が60代の旅行回数を維持することができれば、世代人口増の相乗効果も伴い国内宿泊旅行市場を拡大させる可能性がある**

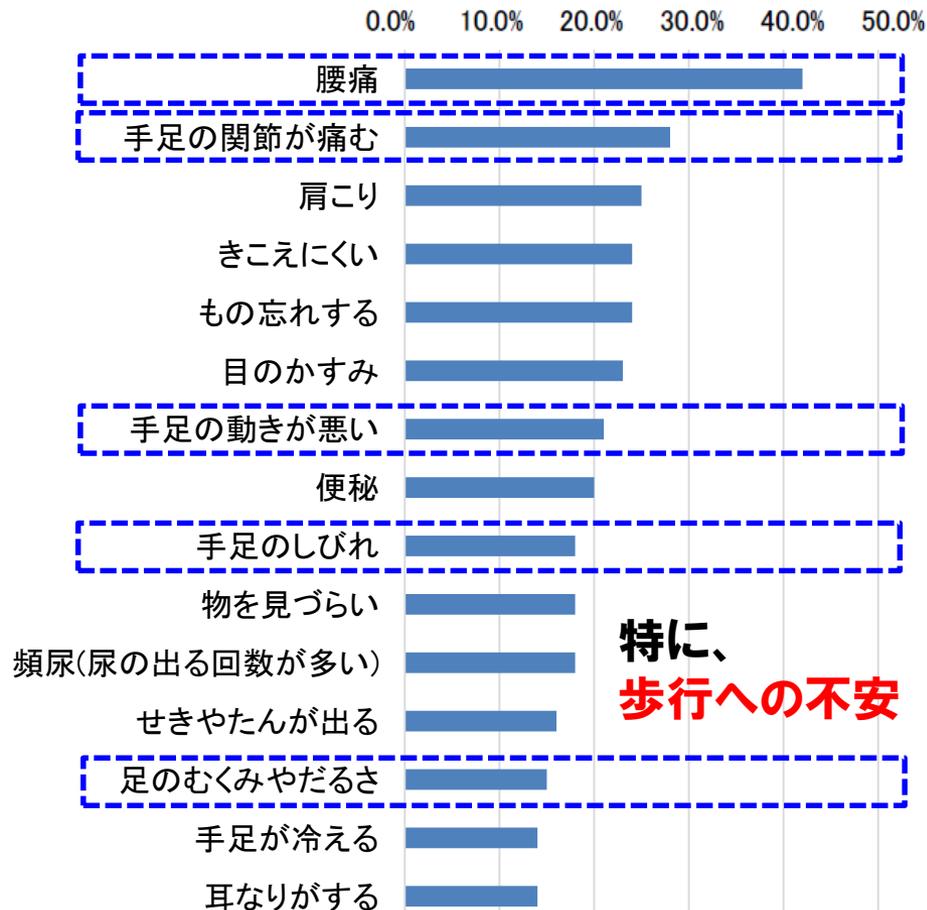
2. 加齢とともに宿泊旅行が減少する原因

① 旅行をしなかった理由の分析



出所：日本観光振興協会「平成26年度版 観光の実態と志向－第33回国民の観光に関する動向調査」(2015)より作成

② 加齢による身体的な衰え



出所：厚生労働省「平成25年国民生活基礎調査 健康(第2巻・第1章)第66表」より、70歳以上の有訴者の回答(複数回答)の内、上位15を抽出し作成
注：有訴者には、入院者は含まない。

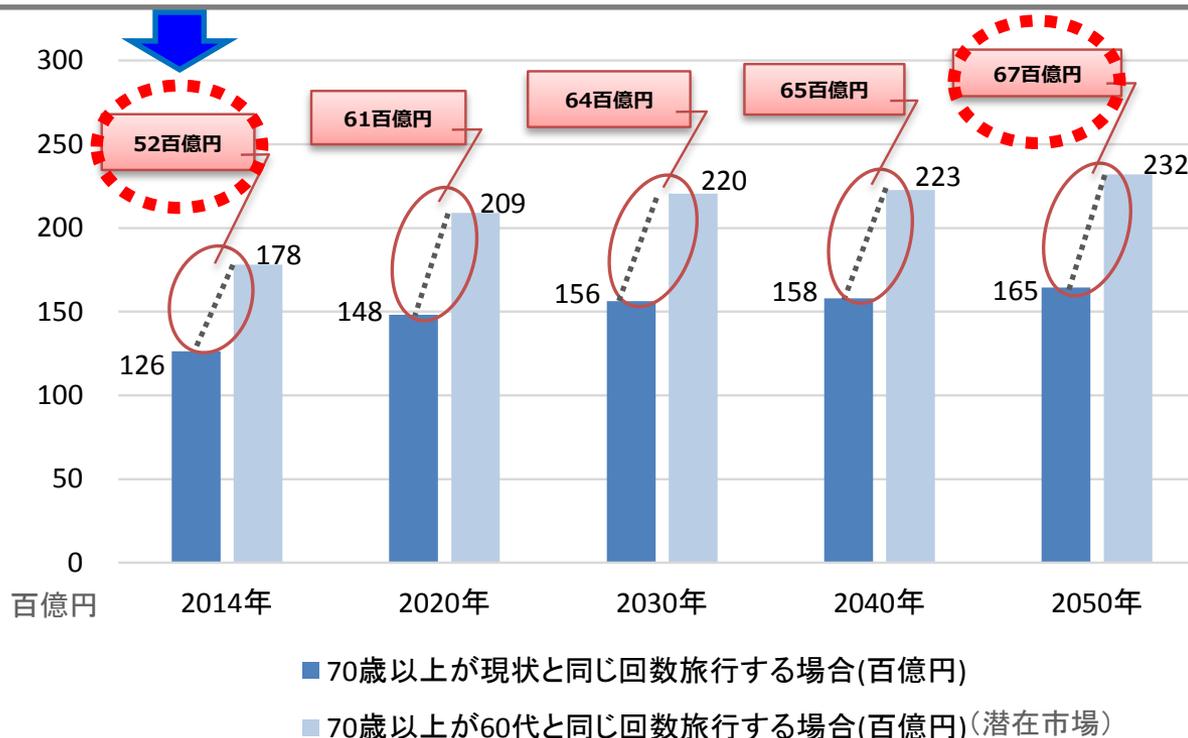
⇒ 旅行環境を整えれば、シニア層の旅行回数を維持できる可能性がある

3. 潜在市場規模の試算

仮定

70歳以上の高齢者が60代と同じ回数(1.41回)旅行する場合の市場拡大効果

$(70歳以上人口23,846千人) \times (60代平均旅行回数1.41回 - 70代平均旅行回数1.00) \div 980万回$
 平均旅行単価約53,000円 \times 980万回 = **約5,200億円** (2014年ベース)



旅行市場の拡大効果約5,200億円

同行者1人を誘発すると仮定すれば、約1兆400億円増

2050年には、拡大効果は約6,700億円、同行者1名の誘発で約1兆3,400億円増

4. 潜在需要を顕在化させた場合の効果

(1) 国内宿泊旅行市場の拡大

- 70歳以上が60代と同じ回数を旅行する場合の市場拡大効果は5,200億円程度。同行者1人が誘発されると仮定すると約1兆400億円。

(2) 本人・家族の喜び、リフレッシュ

- 「旅行を楽しむ」ことは高齢者本人や家族の喜びである。また、温泉地などへの旅行は心身をリフレッシュする絶好の機会となる。加えて、介護のために家を離れられない家族と一緒に旅行し、リフレッシュする効果も期待される。

(3) 健康増進による医療費の削減

- 高齢者本人の健康増進効果と医療・介護費用の削減も期待される。

(4) シニア層の消費拡大と地域活性化

- シニア層の消費拡大による地方経済の活性化が期待される。

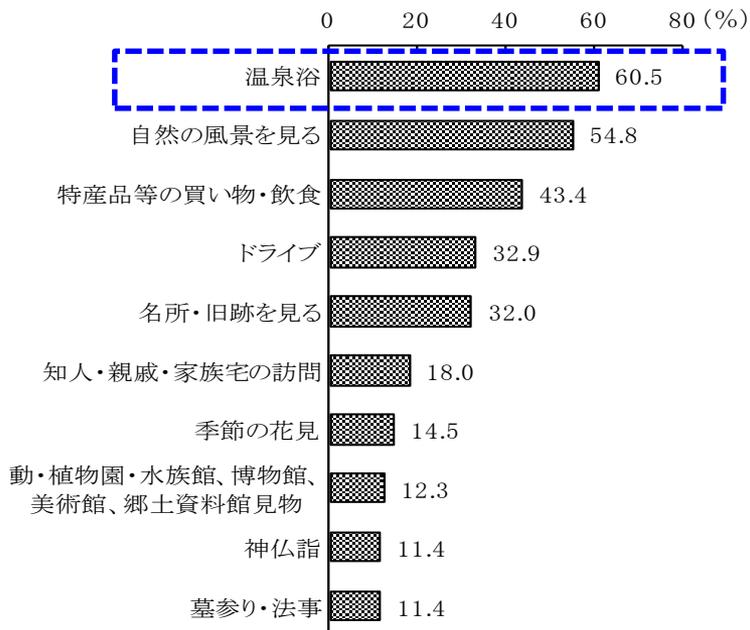
(5) 地域の雇用創出

- 地域活性化を通じ、観光関連産業の雇用の増加が見込まれる。さらに、身体や健康に不安がある高齢者の旅行には何らかの介助サービスが必要となるため、介護関連の仕事が増えることが期待される。

5. 要介護者の旅行の実態

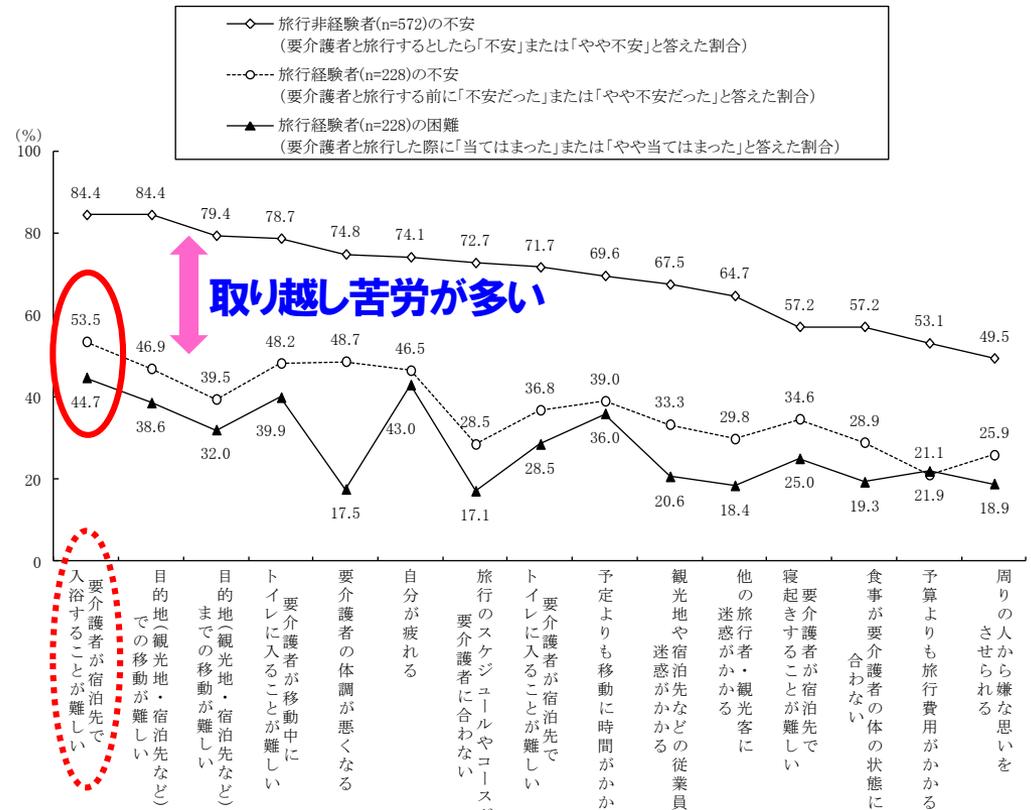
家族を介護している800人に実施したアンケート調査からの分析

◇ 旅行先でおこなったこと



出所：水野映子「要介護者の旅行の実態と介護者の意識」(2013) P.27 図表5
 注：旅行経験者のみの回答。複数回答。

◇ 要介護者との旅行に対する不安、旅行時の困難



出所：水野映子「要介護者の旅行を阻害する要因」(2012) P.21 図表6

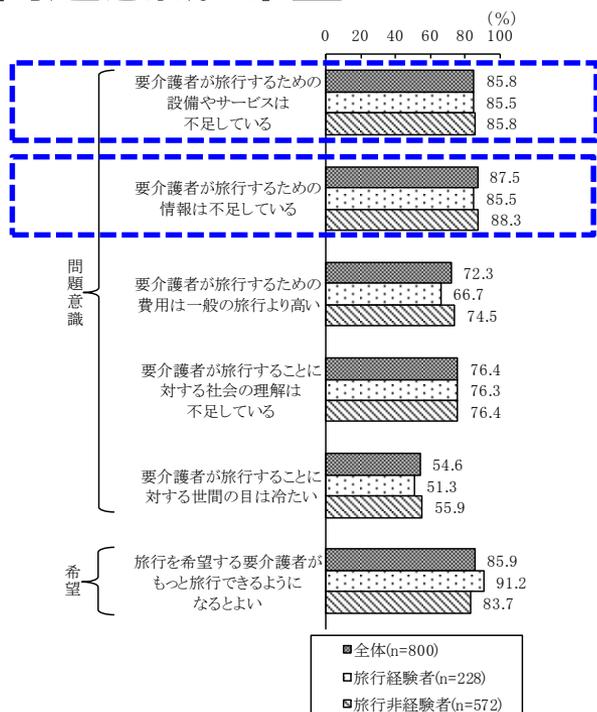
⇒ 旅行は「温泉」が多い

⇒ 入浴・トイレ・移動の困難度は高い。特に入浴が困難

5. 要介護者の旅行の実態

家族を介護している800人に実施したアンケート調査からの分析

◇ 要介護者の旅行環境に対する問題意識・希望



出所：水野映子「要介護者の旅行の実態と介護者の意識」(2013) P.30 図表12

⇒ **要介護者が旅行するための設備やサービス、またその情報が不足。**

まとめ

- ✓ 旅行は家族と車で行く「温泉」が最も多い。
- ✓ 旅行に対する過剰な不安から旅行をあきらめる人が多い。
- ✓ 旅行をした人の満足度は高い。
- ✓ 取り越し苦労が多いものの、入浴・トイレ・移動の困難度は高い。特に入浴が困難。
- ✓ 要介護者が旅行するための設備やサービスが不足。
- ✓ 設備やサービスに関する情報が不足。

出所：水野映子「要介護者の旅行の実態と介護者の意識」(2013)
水野映子「要介護者の旅行を阻害する要因」(2012)

6. 現状の取組

(1) バリアフリーに向けたハード対策

- 交通分野のバリアフリー化は進んでいるが、宿泊施設のバリアフリー化は遅れていると思われる。

(2) ユニバーサルツーリズムの普及に向けた地域の受入拠点

- ユニバーサルツーリズムの地域の受入拠点の整備が進められているが、一部の地域に限定される。

※ ユニバーサルツーリズム: すべての人を楽しめるように創られた旅行であり、高齢や障がいの有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行。観光庁では対象を、高齢者、障がい者、妊産婦、乳幼児連れ、言葉や習慣の違いによる不自由さを抱える外国人等幅広く考えている。

(3) 旅行会社の取組

- 介護旅行専門会社や大手旅行会社による商品開発が進みつつあるが、前者は認知度が低く、利用が進んでいない。後者は一般向けにパンフレット等での周知がなされておらず、認知されていない。

(4) 宿泊施設のバリアフリー情報提供

- 宿泊施設のバリアフリー情報については、多くの宿泊検索サイトが機能しているとは言い難い。一方で一部宿泊検索サイトが一定のバリアフリー基準を設定して、わかりやすく情報提供している例が注目される。

7. 宿泊施設に対するアンケート調査

調査内容	宿泊施設におけるバリアフリー化や車いすの受入状況、入浴介助サービスの提供状況、受入に関する情報発信の状況等の把握及び課題の整理
調査対象	全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会に加入している宿泊施設の内、シルバースター登録施設835軒、青年部に所属している宿泊施設約1,000軒
調査方法	郵送またはメールによる送付、記名によるアンケート調査
調査時期	平成27年3月25日～4月20日
回答数	380軒 ※回答宿泊施設の所在地については、ばらつきがある。

考察

- ✓ 車いす利用者の受入経験は多い（約8割）が、受入に積極的な宿泊施設は少ない（約1割）。大多数は受け身の対応であるため、ほとんど受入に関する周知はされていない。
- ✓ 車いすの対応設備について、館内は約7割が対応し、バリアフリールーム、または準ずる洋室・和洋室のある宿泊施設は約4割であるにもかかわらず、「施設や設備が整っていない」という理由で、多くが受入に消極的。
- ✓ 入浴介助サービスの提供はごくわずか（16軒）であるが、それらは介護事業者との外部連携により実施している。
- ✓ 今後車いす利用者の宿泊拡大に向けて必要なことは、施設改修等への補助金等が最も多い（56%）が、従業員教育・研修への支援（47%）や他施設の取組事例の制作・共有（33%）などソフト面の対策も多い。

8. 提言

(1) 宿泊施設の経営者に対する受入促進に向けた広報

車いす利用者の受入に消極的な宿泊施設の経営者の意識を変える必要がある。

(i) 完璧なバリアフリー対応でなくとも工夫で対応可能

- ✓ 宿泊施設の経営者に向け、車いす等のシニアを積極的に受け入れることについて、完璧なバリアフリー対応にしなくとも、備品やマンパワーを活用することにより、相当程度の対応が可能であることを広報する。



出所：富士レークホテルのHP
※「無料貸出備品」の一部を引用

(ii) 経営上も十分参入を検討する価値がある

- ✓ シニア層の宿泊市場は今後有望な市場であるとの周知が重要。
 - ・ 高齢者全体の市場規模は約1兆7,800億円、市場拡大の効果は約5,200億円(※1)
 - ・ 宿泊検索サイト(じゃらん)での「バリアフリー」の検索回数が飛躍的な上昇(※2) (5年前100位以下→30~40位)
- ✓ 経営的に成功している事例を紹介。
 - ・ バリアフリールームに宿泊する一行の人数は一般の宿泊客に比べて約1.3倍(※3) (2013年11月~2014年10月の集計)
 - ・ リピーター率も約2.8倍(2014年12月~2015年11月の集計) (※3)
 - ・ バリアフリー改修の2年後には、集客・売上ともに以前の10倍に発展(※4)

※1: 身体の衰えた高齢者も旅行できると仮定した場合 ※2: リクルートライフスタイル(株)へのヒアリングより ※3: 富士レークホテルの集計

※4: 出所: 津田令子+編集部著・中村元協力(2015):「88歳大女将、連日満室への道 集客10倍! バリアフリー観光はここまで来た」

(2) ホテル・旅館のバリアフリー化の支援措置の充実

宿泊施設に対するアンケート調査で、車いす利用者の拡大に向けて最も必要とされたのは、施設改修等への補助金等であるが、ホテル・旅館のバリアフリー化に対する自治体の補助や税の減免制度を可能な限りで調査したところ、全国で9自治体と非常に少なかった。

	事業名/制度名	内容
東京都	宿泊施設バリアフリー化助成金	助成金
富山県	バリアフリー化促進税制	不動産取得税減免
鳥取県	鳥取県福祉のまちづくり推進事業補助金	補助金
佐賀県	身近なユニバーサルデザイン(トイレ洋式化)推進事業補助金	補助金
熊本県	熊本県ユニバーサルデザイン建築物整備促進事業(UD補助事業)	補助金
栃木県宇都宮市	公共的施設整備費補助金制度	補助金
三重県伊勢市	伊勢市バリアフリー観光向上事業	補助金
鳥取県米子市	米子市バリアフリー改修推進事業	補助金
熊本県熊本市	熊本市やさしいまちづくり建築物整備促進事業	補助金

注:平成27年度までの宿泊施設のバリアフリー化に関する全国自治体の補助制度をインターネットで検索。

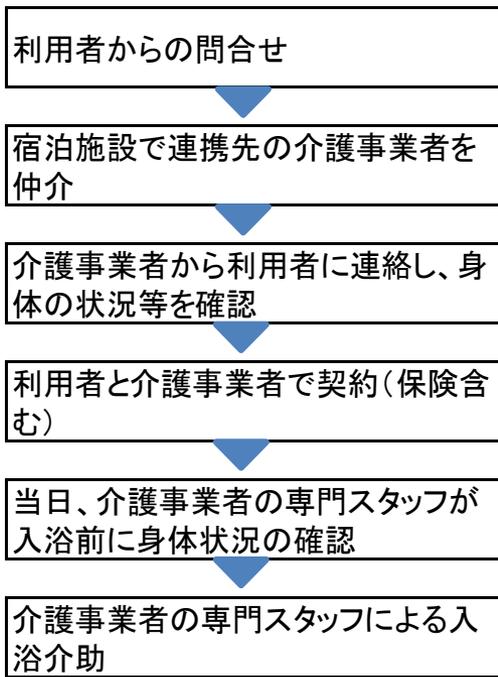
- ✓ ホテル・旅館のバリアフリー化に対する支援措置を全国の自治体に広げるとともに、国も補正予算等を活用して、地方自治体の補助を後押しすることが望まれる。

(3) 入浴介助サービスの普及

身体の衰えた高齢者に最も人気の目的地は「温泉」である。一方、要介護者の旅行で最も困難なのは入浴であり、また、自宅からヘルパーを同行させると高コストになる。

⇒ 宿泊施設での入浴介助サービスが必要である。

調査の結果、全国でサービスを提供しているのは介護事業者と連携した16軒であった。



入浴介助の体制：1名もしくは2名
時間：60分から90分程度

- ✓ 外部の介護事業者との連携により、コストをかけずに、かつ安全に入浴介助サービスを導入できることを周知する。
- ✓ さらに特区制度を活用して、入浴介助サービスを介護保険の対象にすることができれば、普及の起爆剤になる可能性がある。
- ✓ 将来は、マッサージのように温泉地の宿泊施設であればどこでも利用可能となることが望ましい。

8. 提言

(4) 広く一般に宿泊施設の受入情報を届ける仕組みの構築

車いす、足腰が不安な高齢者に必要な宿泊施設の情報不足。

⇒「宿泊検索サイト」や「一般旅行パンフレット」において、信頼できるバリアフリー情報が入手できない。

⇒「宿泊検索サイト」や「一般旅行パンフレット」の限られたスペースでの掲載には情報のコンパクト化が必要。

- ✓ 車いす、足腰が不安な高齢者のうち、杖や歩行器ないし車いすを使うが少しは歩ける方を対象に、受け入れる宿泊施設の具体的統一基準を設け、基準を満たす宿泊施設については旅行パンフレットや宿泊検索サイトで「車いす受入マーク」を表示。詳細情報は各宿泊施設サイトで確認できるようにする。加えて「入浴介助サービスマーク」も併せて表示。

①主観的な基準	
・宿泊施設が積極的に広報することに同意があること。	
②ハード面の基準	
・駐車場-玄関	駐車場から玄関まで車いす利用可。
・館内	基本経路(ロビー・客室・風呂・食事処への移動)について、概ね車いすで利用可。
・部屋	バリアフリールーム・またはそれに準ずる洋室・和洋室あり(車いすで入口に入れる、ベッドもしくはベッドに準ずる小上がりあり、手すり付き洋式トイレあり)
・風呂	部屋風呂・貸切風呂または大浴場で貸切可。手すりあり、大きな段差なし。
・トイレ	手すり付き洋式トイレ
・食事	食事処のいす席、または客室のいす席で対応可。
③バリア情報の開示	
・自社HPで玄関、館内の基本経路、部屋、風呂、食事処の写真、館内見取り図を掲載すること。	

8. 提言

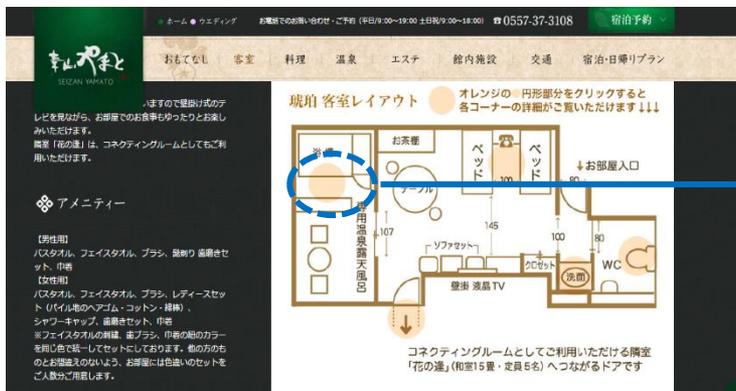
(4) 広く一般に宿泊施設の受入情報を届ける仕組みの構築【参考】

◆旅行パンフレットでのマーク掲載のイメージ



出所:「入浴介助サービスマーク」以外はエースJTBにて使用の表示マーク

◆宿泊施設のホームページの詳細情報例



出所: 青山やまとのHP



上記をクリックすると、さらに詳細の情報が閲覧可能