2019年1月／UDセミナー

ユニバーサル
ツーリズムの提案

株式会社近畿日本ツーリスト関東
松本支店　支店長　吉江 覚氏

一般社団法人まつもとユニバーサルデザイン研究会
2019年1月25日

一般社団法人まつもとユニバーサルデザイン研究会
４月ＵＤセミナー
開催日時：2019 年 1 月 25 日
開催場所：王滝会館セミナールーム

<<講演>>
講演テーマ：ユニバーサルツーリズムの提案
講　　師：株式会社近畿日本ツーリスト関東
松本支店　支店長　吉江 覚氏

【講師】
　ご紹介いただきました近畿日本ツーリスト松本支店で支店長を拝命しております吉江と申します。本日は総会の後の UD セミナーの貴重なお時間を頂戴いたしました。そもそも私はこの会に入会させていただいて、まだ 1 年足らずです。先輩の皆様方の前でお話しすることは大変恐縮ではありますが、一会員の旅行会社の立場で、今どのような取り組みをしているのかご説明をさせていただきたいと思います。本日はお付き合いいただければと思います。どうぞよろしくお願いいたします。
　本日は皆様のお手元にカラーの提案書を入れさせていただきました。まずもって、そもそも私たちの部分の業界で言うとユニバーサルデザインはユニバーサルツーリズムという観点になってまいります。どういう経過の中でこの分野にチャレンジしていこうか、その部分についてまず説明をさせていただきたいと思います。
　皆様方がお持ちになられる旅行会社のイメージ、私ども松本支店としましては、基本的には当然地域の企業それから学校様、場合によっては個人の皆様に松本の地からやはり外に出ていただいて、見聞を広めていただくというのがもともとの私どもの業務でした。それが旅行需要、それから景気など、いろいろな経過の中でなかなか企業

様のご旅行、それから学校様で言えばどうしても生徒数・児童数が減っている過程の中で、当然私どももこの業界の中で生きていく上では新しい分野の開拓をしていかないといけない、ということがここ 10 年ほど叫ばれて参りました。

その過程の中で、私どもは近畿日本ツーリスト関東という地域会社に分社化を致しました。旧来、近畿日本ツーリストは、全国一つの会社として運営をしてまいりました。分社化に至った大きな理由としては、やはり地域貢献、それから地域密着、こういった部分にどういったお手伝いができるのか。今後の部分の販路ということを考えた時に、やはり今までは物とか、人とか、こういったものを動かす、というのが私どもの一つの仕事上の部分でのスキルでしたが、それを裏返してこの松本の地域に人をどうやって呼び込んでいこう、ということに主眼を置く上では、分社化をすべきであろうということで、今年度昨年の 4 月に分社化に至ったという経過でございます。

その中で松本の地に実際にどういう商材を持って、人を呼び込もうという部分についてはいろいろな議論があるのですが、当然松本の地区は自然、それから歴史、いろいろな部分での旅行でいう商材があります。例えば、松本市に合併された奈川の地区、ああいったところには旧山村の、しかも上高地と違った、要は国立公園というのはなかなか手がつけられない部分があると思うのですが、普通に山村の中で、旧来の杣人というのか、要は猟師生活というところから今の農業、場合によってはソバで生活をされているような人たち、そう言ったものが今後は商材、場合によっては人を呼び込む財産になるのではないか、というような取り組みもさせていただいております。

あとは自転車をはじめとしたスポーツ、それから音楽、いろいろな部分で松本の地には商材としてあるか、と思っております。ただこの後の時の流れを考えた時に、やはり通常の健常者のみならず、いろんな方々に旅行をしていただく、という部分がもう一つの私どもの販路であるだろうと。ちょっと商売的な言い方をさせていただいて大変恐縮ですが、そういった会社の思いというものがございました。

それで会長からもロータリーの関係でご紹介をいただきながら、昨年の 2 月に入会をさせていただき、先日も松本市の取り組みというのは、どうなのかということで、前事務局長のところにお邪魔をした時に、一度話してみますかということになって、今日のこの場に至ったという次第でございます。

まず最初のページは国土交通省からの配信文章です。これは国土交通省が私ども旅行会社に対して、今後ユニバーサルツーリズムというものを展開していく上で、現状の背景という部分でのデータとして配信された資料になります。

このページに記載されていますのは、国内の旅行市場、これの現状、特に高齢者という観点での記載になっています。この表で言うと 70 歳以上の方が実際にどの程度旅

行をされているのか、ということがグラフで表記されています。

左側の表を見ていただきますと、基本的には年に何回かという平均値を取っているようなのですが、もちろん年代のどこを見ていただいても、1 回強というようなご旅行の需要というか頻度の中で、当然 20 代の方々は時間とお金と生活の部分の余裕かと思いますが、1.5 回という部分を最高に、注目すべきところはやはり 60 代の方々がその次に多い回数で 1.41 という数字になっております。やはりシルバー層の方々が退職以降に比較的旅行をされているというのが旧来の流れでした。

それが 70 代以降になりますと、実際には年に 1 回出るか出ないか、まあ 70 代以上ということでのくくりになっておりますが、グッと旅行の頻度が落ちていくというような統計でございます。

70 代以上の方々の構成比が今後どういうふうになっていくか、あえて資料で出すほどのことではないかもしれませんが、現状最新データは 2014 年という数字になっていますが、日本の人口比の中で 18.8%という 70 代以上の方々の構成比が、最終的には 2050 年という時代には 32%で、約 1/3 の方々が 70 歳以上と高齢者になるという統計でございます。

旅行ということを考えた時に、当然高齢化の中で経済的な理由というよりは、当然体力的な部分という理由になるのかもしれませんし、場合によっては諦め感というような部分の理由かもしれませんが、私どもも旧来の旅行をそのまま転化して販売していくわけにはいきませんので、当然行程、これはゆったりとした行程取りや、それから関心をお持ちになってらっしゃるような食ですね。旅館ですとか、いろんな部分でお召し上がりいただく食という部分にも観点を配慮しながら商品造成、場合によっては施設様の受け入れ体制、こういったものを検討していく必要があるであろうと考えております。

それでは次のページをご覧ください。今の統計に基づいて数値化された市場数ということになりますが、国交省が出している資料の割にはざっくりとした数字ではありますが、傾向としてご理解をいただければと思います。

先ほどの表で 70 代以上 1.0 という数値に対して、60 代の方々は 1.41 ということですから、単純に 60 代の時と同様に 70 歳以上の方々が旅行をした場合は、当然 1.41 倍するというようなことになるのですけれども、70 歳以上の 2,400 万弱のこの方々に対し、数式を当てはめていきますと、回数として 980 万回という一つの指針がございます。これは当然お一人当たりということになりますので、同行者×2 ということで、潜在需要として 5,200 億円という数字が弾き出されている。これが年々上がっていって、2050 年の数値で 6,700 億円という統計になっております。

まあ、こう簡単にはいかないのでしょうけれども、実際には当然これまでよりも頻度を上げていただければ、シルバー層以上の方々の部分の旅行需要は、こういった商圏というものが今後見出されるであろうということを、一つの数値化されたデータとして捉えていただければと思います。

ここにあるのは先ほどご説明しましたとおり、あくまで高齢者という観点ですから、浅はかながら勉強させていただいている部分で言えば、障がいをお持ちの方、それからインバウンド需要、こういったすべての部分の分野の方々を含めれば、当然この数字では捉えられないということになるかと思いますし、いずれにしてもこういったものを我々旅行会社として推し進めていく上では、基本的には自治体様、場合によっては地域のご協力というものがないと、なかなか PR ということも含めて、展開がしづらいという状況になっております。

こういった背景を踏まえまして、それでは旅行として具体的にどういうものをこれまで私どもが取り組んできたか、ということの一例をいくつか資料の中に入れさせていただきました。

私どもの会社の中に、クラブツーリズムという会員制のグループ会社がございます。自分たちのところで会員としてご加入いただいている皆様に、定期的に例えばテーマを持って旅行に行っていただこう、というような会員組織になるのですが、実際にこのクラブツーリズムの会員組織が、いみじくも 50 歳から 60 歳代が 80 数%を占めているというような状況でございます。

当然クラブツーリズムの今後の存続ということも含めて考えれば、新たな展開が必要というのが先ほどの話に追随して行くことになります。そういった中でこれまで 20 年間いろいろな旅行の商材を配信させていただいてまいりました。

このページには、特に海外旅行ということでナイロビ、それからマチュピチュでのご旅行の風景写真を入れさせていただいております。皆さんもお察しいただいている通り、当然舗装された場所でもなく、それから高地、場合によっては長距離の移動、空港からの距離ですね。そういったものが伴いながらも、やはり一生に一度は行ってみたいという、そういった思いを皆様方もお持ちの場所だと思います。

こういったところに是非障がいをお持ちの方々に旅行に行っていただこうということで、まずは商品造成をさせていただいた事例になります。

同様に、私どものステッカーロゴが入っているバスの写真がございます。やはり私どもの自社バスとして、ユニバーサルデザインを追求していく上では、こういうバスを保有しながら、専用の旅行形態を突き詰めていこうということで、バスを導入しながら日帰りや宿泊の国内旅行にも、こういったバスを利用させていただいてきたとい

うことでございます。

同時に多少話がそれるかもしれませんが、このお仕事をしながら地域の二次交通の会社といろいろと折衝や打ち合わせをさせていただく過程の中で、安曇野市にあります南安タクシーさんというタクシー会社がございます。こちらもユニバーサルデザイン、それからインバウンドの受け入れという部分に大変力を入れている会社でして、今、福祉タクシーを、会社の規模の割には比にならないほどの台数を保有されていて、それが安曇野市としては地域の、例えば病院とか、チケット制のタクシーというのをやっていらっしゃるようですが、事前にチケットをご購入いただいて、例えばお買い物それから病院などに行かれる時に、この南安タクシーさんの福祉タクシーを使っていらっしゃるという取り組みをされているようです。

地域のそれぞれの民間の部分で、こういうような取り組みをされている会社もあるようですので、ちょっと今日同席されている会員の皆様は建設業界の方々やいろいろなジャンルの方々がいらっしゃるかと思いますが、私どものようなソフトの部分での関わりの所についても、地域でそういう思いを持ってらっしゃる会社があるということを含みおきいただければと思います。

次のページですが、これは松島の写真が写っております。記載の通り単なる東北のご旅行の写真の風景ではございません。実際にはこの写真というのはやはり 3.11 の震災の後に実際にボランティアに、特に障がいをお持ちの方々が行きたいという需要がある中で、なかなか交通の事、それからもちろんお体のこと、いろいろな観点の中で実際に自分たちは関わることができないんじゃないか、という思いをお持ちの方がいらっしゃいました。そういった方々を私どもとしては、実際に現地に行ってできることは限られているかもしれませんが、ホスピタリティという観点の中でボランティアに関わっていきましょう、ということでツアーを催行した事例の一つでございます。

ただ反面、当然現地のハードという部分が通常の状況ではございませんので、十分な対応ができたかどうかというところがあります。ただユニバーサルデザインの一つの根幹かと思われます、「心と心のふれあい」という意味では、被災者の方々に訴える部分があったのではないかと思っております。

それから次の事例ですが、「カワサキ・ハロウィン」というイベントのご案内がございます。これは自治体様が前面に出て取り組まれた部分ですが、一つは川崎市がどちらかというと、ユニバーサルデザインという部分でのムーブメントの中で掲げて、自治体として取り組んでいるという先進的な地域になるかと思います。

川崎市が今後 2020 年オリンピック・パラリンピックの受け入れも含めて、長期的にユニバーサルデザインを遂行していく中で、まずは定期的に行われているハロウィ

ン、これは大変大きいイベントのようで、10 数万人のお客様がご来場されるようですが、ユニバーサルデザインのパレードですから導線とか、関わるスタッフの教育とか、いろいろな観点の部分でのサポートを自治体様からもしていただきながら、当日のイベントの運営を行ったという事例でございます。

駆け足で恐縮ですが、次のページ、これは先ほどもお話しした基本的には障がいをお持ちの方が、まずできないであろうというふうに諦めていらっしゃること。その中での一つの事例として知覚障がい者の方々に車を運転していただいてはどうかということで、ツアーを造成させていただいた部分での事例でございます。

もちろん公道を走るわけにはいきませんので、会場としては栃木県にあります「ツインリンクもてぎ」という、四輪の車をレース等も含めて、ここを見ていただければわかる場所だと思います。こちらで実際に過去 10 回の開催になりますが、基本的には障がいをお持ちの方に、ご自分でハンドルを握っていただいて、助手席にサポートされるプロの方に同席をいただき、例えばアクセルを踏みハンドルの操作については、時計でいう何時方向に切ってください、というようなシーンをしながら、実際にはこのレース会場を一周回っていただくという試みを継続して行なっております。

それから次のページですが、これも視覚障がい者向けの部分です。基本的には各地に旅行をしていただいても、当然目で感じていただくということに多少なりとも限界があるとすれば、実際には各地の展示物、場合によってはその建築物、こういったもののレプリカを使って、入場前に「どういう施設ですよ」、「どういう物が展示されていますよ」と、こういったものを一つ一つ事前にレクチャーをさせていただきながら、一定のイメージを持って館内に入っていただくといった取り組みもさせていただいております。

その次のページ。こちらも視覚障がい者様のサポートということで記載がありますが、こちらの内容というのは簡単に申しますと、企業様向けの人材研修の部分での教育プログラムでございます。

もちろん参加される方々は、当社のツアーに申し込まれた障がいをお持ちの方々なのですが、その方々をサポートする、通常で言う添乗員の仕事、これを民間の企業様のホスピタリティの研修という観点の中で、導入していただいたらどうか、ということで提案をさせていただき実現した事例でございます。

もちろんいろいろな業種によって異なることがあるかと思いますけれども、特に接客をされるような業種の方々が、やはり幅広い客層の方々との日頃からの接触の中で、まずはこういった旅行を通じて、社員の方々が実際にどういうような配慮をする必要があるのか、どういう観点で接したらいいのか、そういった部分の研修を積んでいた

だく事例として、各企業様に提案をさせていただいている次第でございます。

ということで、今までの部分については、いろいろな旅行の商材という観点の中で、私どもが取り組んできた事例です。今やはり私たちが主眼を置いているのが、先ほどご説明しました受け入れ側の自治体様との協業、それからその地域にある企業の皆様との協業、というような位置付けになっていますので、自治体様のご提案という部分で、今私たちが取り組んでいるような内容を一部ご紹介させていただきます。

次のページのところにはセミナーというふうに記載をさせていただきました。これはやはりどうしても各自治体様がユニバーサルデザインを展開されていく中で、当然ハードの設備等の修正の中で、予算の壁という部分がどうしてもあるかと思います。

その中で、まずは私どもソフトの部分でのご提案という切り口で言えば、今日は私のような立場の者がお話をしておりますけれども、専門で私どものユニバーサルツーリズムに関わっている社員が、各自治体様のこのような席で、私どもの取り組みを旅行という商材を通じてご説明をさせていただくような授業を中心に展開をさせていただいております。

それが転化していきまして、当然自治体と旅行会社との部分だけではすみませんので、その次は新聞記事の部分の一例にはなりますけれども、東京で取り組んでいる大学様との連携の部分での広報記事になります。

これも当然住吉先生の所もいろいろと松本市との連携を図っていらっしゃる、ということを伺っておりますが、まずは大学様との連携を図っていきます。その中でこれはオープン講座というような切り口になっておりますが、通常の授業を私どもの社員が講師という形で、6 回にわたってご説明をさせていただき、最終的にはこれは東京の大学様ですので、今回の事例でいうと渋谷の街を障がいをお持ちの方々と一緒に歩いてみるために、というような商品造成の前提で、最終的には学生様方に企画造成をしていただいて、旅行を築き上げていくという事例に取り組んでいます。

次はスマートツーリズムという、皆様もいろいろと各自でお耳にされている言葉かと思いますが、今はだいぶ旅行の方向性というものも変わってきておりまして、俗に言うウェアラブル、要はメガネをかけて 3D で映像を見る、というような趣旨のツールになってまいります。この事例は群馬県にある富岡製糸場です。

こちらは通常、館内はガイドさんについてもらって、ご見学をいただくというような見学の範囲であったのですが、こういったツールを使いながら、例えば女工さんが働いている当時の映像や、歴史的な部分の背景を、日本語と、現状は中国語のツールがございますので、そういったものをかけていただきながら、旧来の旅行のイメージを一新していこうというような取り組みの記事です。

これがユニバーサルツーリズムにどう繋がっていくかという部分ですが、当然海外旅行は、先ほど「障がいをお持ちの方にも行っていただきますよ」というお話をさせていただきましたが、そもそも入り口の部分で躊躇されている方がいらっしゃる。場合によってはご自宅でこういった ウェアラブルをご提供させていただきながら、ローマの風景だとか、それから国内の沖縄の風景だとかを実際にイメージしていただきながら、その上でご旅行に行っていただくかどうか、という展開をしていくのも一つではないかということで、今後このツールをどんどん活用していこうと取り組みをしている次第でございます。

最後になりますが、残念ながら松本エリアの中だけで事例を取りまとめるのが現状不十分なところがありまして、長野県の中での私どもの取り組みということで、身近なお話をさせていただきたいと思います。

今私どもが感じる部分で言えば、比較的長野県として、こういったユニバーサルツーリズムの取り組みに力を入れていこうという風潮は感じております。ただ、それが実際に具現化していくには、まだもう少し時間がかかるのかなと思っております。現状今、県、自治体様からご用命いただいている業務の範疇としては、ここに書いてあるような、一つは旅館様・施設様のバリアフリーの受け入れに向けた部分での実態調査です。

一つの基準に準じて各旅館で実際に動線がどうとか、お風呂までのアクセス、入館以降、それから場合によっては車を降りてからというようなところや、お食事のメニューの部分といったものを一つのデータ化をするというような取り組みを今年も進めさせていただいております。

ただ実態で言えば、かえって施設様は「まだハードルが高いんですよ」というようなご意見を言われるところがほとんどで、我々が今事業を進めている中では、その躊躇されているお気持ちをどういうふうに払拭していくのか、というところが一つの壁なのかなと感じながら、調査を進めさせていただいています。

それと今日と同じような講演会や、場合によっては松本市内の散策の地図の中で、実際に UD という観点の中での要素を散りばめた枠作り、こういった事業を推進しております。

それとどうしてもソフト、ソフトというような切り口になりますが、やはり支援をするトラベルサポーターで、こういった組織が実際には安曇野市、場合によっては諏訪市、各地にございまして、県としての方向性としては、これを一つの県全体での組織化を図っていこう、ということで取り組みを進めていらっしゃいます。

それからこれは独自の部分になりますが、上諏訪温泉の宿泊感謝イベントを私ども

が執り行っております。簡単に言うと、皆様も諏訪湖の花火をご覧頂いたことがあるかと思いますが、旧来から有名な 8 月 15 日、それから 9 月の第 1 週土曜日の新作花火というのがあります。海の日は今年は 7 月 16 日になるかと思いますが、その日に花火のオープニングセレモニーも行っています。それ以外の花火イベントとは違いまして混んでいないものですから、実際にこの日は白鳥丸とかの乗り場の桟橋に特別桟敷席を設けまして、「車イスの方々が実際に桟敷席から花火を間近に見ることができますよ」というプランニングをさせていただいております。

諏訪の花火というのは、もちろん打ち上げの数でいうと国内ではもっと大きい規模の大会もあるのですが、ああいうすり鉢状の特異な地形の中で反響する音とか、場合によっては桟橋からですと、本当に頭の上を見上げるような距離感で花火を見ていただく。それが旧来の花火大会ではなかなかできなかったところを、やはり障がいをお持ちの方々にまずは花火を感じていただき、それに伴って諏訪のブランドを上げていこう、というような取り組みをさせていただいています。

先ほども触れたような地域の素材をしっかりと商品にしながら、それを外に発信し、長野県はユニバーサルデザイン、ホスピタリティ、これが進行している地区なのだな、ということを旅行の PR の過程の中で謳っていきたいという取り組みをさせていただいています。

最後のページの一つ前になりますが、県の取り組みをポイントに、まとめさせていただきました。

我々が旅行会社として感じる部分で言えば、おそらくこの長野県のユニバーサルデザインを受け入れる部分でのメリット、それはここにハードと書きましたが、これは施設的な部分ではなくて、この地域が持っているやはり観光素材なのかなというふうに感じています。同時に先ほど触れたような芸能文化、それから当然温泉、こういった部分の素材がしっかりとあるということ。

先ほども触れたように、とにかく人々の UD に対する部分での醸成された思いがしっかりと進行されている地域なのだろうというふうには感じています。ただ、残念ながらそういった人材を活かしていくような組織とか、それから受け入れる部分での施設、こういったものがまだ不足しているのかなと感じております。

私たちの役割としては、それを旅行という観点の中でどのように結びつけていくのかということを主眼に置きながら、今後の商品造成に関わっていきたいと思っております。

最後に、東京 2020 という話をさせていただきましたが、オリンピックはいろいろな権利の関係で、残念ながらここの企画書に具体的な取り組みを入れることができま

せんでした。ただ私どももオフィシャルスポンサーという中で、当然ここに関わりながら単純に言えば「まずはオリンピックを見に行ってください」というところから始まるのが大前提ではあるのですが、ただ下世話な話ですが通常のオリンピックのチケットの配分の関係、それから行かれる方々の数ということを考えた時には、残念ながら団体、場合によっては企業様、それから学校様、そういった方々で見に行っていただくには、大変難しい状況になっています。

余談かもしれませんが、今年の 4 月から私共旅行会社、後は同じようにスポンサーになられているチケットぴあさん、こういったところでチケットの販売が進行していくのですが、私どもはやはりパラリンピックの部分について、せっかく世界一流のパラリンピックのアスリートが日本に来る以上は、そういった方々の熱心なスポーツを通じての取り組みというものを、やはり皆さんに見ていただく必要があるのであろうと。

それが学校という関係で言えば、当然外国人も含めていろいろな人との関わりという観点にもなっていくのでしょうし、企業の方々については先ほどお話ししたような社員の教育といった部分の観点になるかもしれません。いずれにしましてもこれを一つの契機として、この UD という部分についての私どもなりの取り組みを強化していくということ。

その先に先ほどの高齢者という観点の中で、私たちが継続的に取り組んでいかないといけないものがあると思いますので、是非ともこの地域で、まずはこういった会員組織の皆様方と協力をさせていただきながら、取り組みを強化していきたいと思っておりますので、長い目で私どもの取り組みにご注視をいただければと思っております。ありがとうございました。

（拍手）

＝以下　質疑応答＝

司会：

まだ若干お時間がありまして、質疑応答とします。よろしければ、まずは口火を切って会長から、どうぞ。

住吉：

質問、国内宿泊旅行に対する部分があったのですけれども 、これはビジネスでやっているのは全然入っていないわけですね。

吉江：
　入っていないと思います。

住吉：
　入ってなくって、要するに観光だとか、家族旅行だとか、そういうような感じのものだけがここに入っているのですか。

吉江：
　そうだと思います。結局私どもをはじめとした各旅行会社のやはり年間の実績だとかに基づいての統計だと思いますので、果たしてこれが確かに旅行という観点をどこで切るかというところもあるかもしれません。

住吉：
　もちろんバス旅行など、そんなに遠くない旅行もここに入っているのですか。

吉江：
　含まれています。

住吉：
　入っているんですね。旅行市場が 5,200 億とか 1 兆 400 億円というものはすごい。

吉江：
　この通り伸びていけばいいのですけれども。
住吉：
　こうなれば、すごいなあ。

上村 ：
　移動したのはほとんどがバスですか、それとも JR であったり、エアーであったりとかどれが一番最大ですか。

吉江：
　そうですね。基本的には通常の健常者の方々が旅行するルートに、まずは特化していこうという考え方を持っていますので、当然何て言うのでしょうか、要はなかなか

支援者がいないと JR にも航空機にも乗れなかったという部分を、こういったパッケージのツアーの中では、普通に乗れるのですよ、ということを前面に出していくというところでは、選択肢は問わないという状況ですね。

上村：

宜しいですか。ありがとうございました。私どももこの 15 年間の間で、例えばお店の話だとか、旅館の話だとかというのをこの中で議論してきて、そういう具体的なお願いもしていかなければいけない、ということは重々分かっているのですが、僕ら現実的にたまには使うのですけれども、今近畿日本ツーリストさんみたいに具体的に「旅館の主にハード面をこうしてもらえれば、お客様を誘導できるよ」とかということになった時に、具体的な話をしますが、例えば今日は商工会議所の事務局長もいますが、例えばそこを頼んで、近畿日本ツーリストさんと旅館の組合の方達と直にこの話をして、そのニーズを直接伝えると。

僕らもやっているのですがなかなか難しいので、逆にそうしてもらうことによってお客さんを誘導できる、というような話を直にやった方がいいのかなということと、もう一つは 10 年くらい前か、ちょっと忘れてしまったのですが、佐賀県の嬉野温泉でユニバーサルデザインの全国大会をやったのですね。その時に嬉野市と佐賀県が補助金 400 万円を出すということで、嬉野温泉で確か 10 数箇所が手を上げて、その時にはもちろんハードが主なのですが、それを機会に今まで 4 カ国語を 8 カ国語にしたらしいのです、案内を。そしたら最近 16 ヶ国語までいっているらしいです。

それで、今みたいな話を例えば行政にもお願いしなければいけない部分があるじゃないですか。だから具体的に今おっしゃったことを実現するために、もう少し具体的に行政にはどういうことを頼んでいけばいいのか、僕らの会を使ってもいいのですよ、もちろん。

で、今の旅館の方達にどういうお願いを具体的にしていけばいいのか。そこに対して旅館の方達もいろいろお金の問題もありますよね。だったら今店舗だけに補助金制度があるのですね、松本市は。じゃあそれを少し広げることによって、もっとお客さんを松本に呼んで来られるということであれば、これまた行政として一つ考えてみても良いじゃないかと僕は思っているのです。そういうお願いは芝山先生いますか。

芝山：

そうですね。オリンピックを目指して商店グレードアップ事業で 100 万円を補助する制度をやっているのですけれども、例えば成功事例とかがあれば、それがオリンピ

ックだけではなくて、もっと先のそういう需要を取り込むことに、実に効果があるということがもっとわかれば、攻めていくというか、いきやすいかな、というふうに思っているものですから、私としては是非そういう成功事例を作って、そのモデルとして、それを示して、その次に繋げたいという思いがあります。

吉江：
　はい。なるほど、そうですかね。

上村：
　すみません、ふっちゃって。要は多少お金がかかるじゃないですか。費用対効果ということを言った時には、今みたいな事例を上げて、松本市も早くそういった都市になってもらいたいという願望を込めて、定期的には松本市もどの懇談会もできるのですね、教育委員会とすれば。その時に今言ったような話をもう少し具体的に。
　大変かもしれないけれども、やはりフェイス対フェイスでやらないと、文字だけで言ってもなかなか返ってこないので、ここが大変だと思うのですけれども、僕らからも是非お願いしたいし、僕らもどんなことをやればいいのかなというのも、もう少しおっしゃっていただいてもいいのじゃないかなと思いました。

吉江：
　ありがとうございます。本当におっしゃる通りだと思います。結局我々もやっぱり一番その苦労しているのは、当然これは私どもだけではできない部分ですし、実際に旅館さんですとか、いろいろな店舗と話をしている中では、まあ当然費用対効果というところがない限りは、まずはそこへの投資、予算化というのはできない。これは多分自治体様も同じような状況だと思うのですね。
　先ほどの嬉野の事例がどういう経過でそうなったのかというのは分かりかねますけれども、ただやはり予算がついてそういう機運が高まっていく、多分その前に機運があったのだと思うのですけれども、そうすると潤沢にいい意味での好転がなされていくことがいっぱいあると思うのですね。
　今我々が考えているのはその入り口の部分で、いみじくもおっしゃっていただいたように、実際にやはり関わるそれぞれの業種の立場の方々、場合によってはその建設業の方々も含めてですけれども、普通ですと結びつかないところでも異業種のコラボというのは可能だと思うのですね。そうなった時にそういった意見交換会という場面というのは、これは UD のみならずですけれども、地域の素材を商品化することを含

めて、やはり我々としてはそういう機会を作っていただくということは、一番手っ取り早いかなというふうに思っています。

ちょっと余談ですけれども、この前も商工会議所様がそういうような働きかけの中で、空港の利用推進という観点の中で、意見交換をさせていただきました。ご参加された方々もいらっしゃいますけれども、本当にああいう機会を活かしながら本音で、例えば旅行会社、二次交通、いろいろな関わりがあると思いますけれども、そこからこう上げていく、突き上げていくような部分での流れがあってようやく商品が松本でのこう言う「UD の募集ツアー」というところに至って、その実績ができた時に初めて自治体様に、私どもとしても一つもの申せるのかなと思っております。

上村：

例えば、今まで松本に夫婦で来ていたお一方が、不幸にして脳卒中を起こしたとか何かで、車イスになってしまったために、一人なっちゃったもので来れない、という方がいるわけですよね。それで、今言ったハードが整備されれば、そのまま来られるのですよね。そういったニーズで、逆に言うと旅館は損をしていると僕は思っているのです。やっておけばずっと来ていただいたのにと思うのですよね。そういうこともあるんじゃないかと思います。

司会：

はい、本当に短い時間で盛り上がったお話をいただきありがとうございました。今一度、皆さま大きな拍手をお願いいたします。

（拍手）

この会は本当に異業種の集まりということで、先ほどお話があったように意見交換をしながら大きな目標に向かって進めていく、という会ではないかなというふうに思っております。そういった意味も含めまして、この後懇親会に移りたいと思います。3階の方で更なる交流ができればと思います。

それでは以上をもちまして、UD セミナーの方を終了いたします。ありがとうございました。

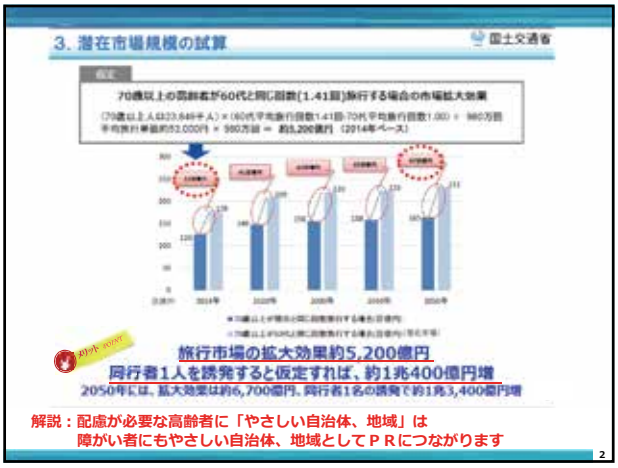
（拍手）

以上

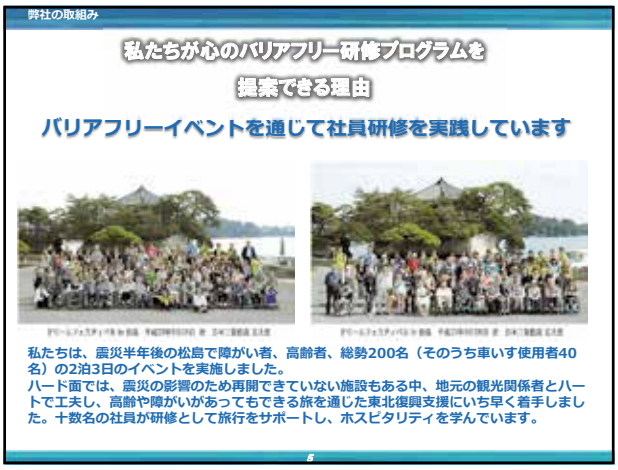
【当日の発表資料】

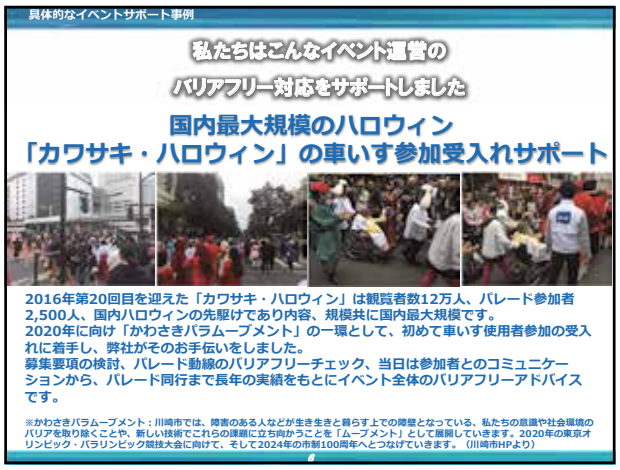
松本ユニバーサルデザイン研究会　御中
ユニバーサルツーリズムの提案
Knt 近畿日本ツーリスト

背景
1. 縮小する国内宿泊旅行市場と注目される高齢者市場
国土交通省
（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
◇将来の総人口と70歳以上の構成比
⇒ 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
解説：加齢や障がいを理由に「旅をあきらめてしまう」高齢者に対して
受け地の取組みにより旅行回数の維持を検討してみてはどうでしょうか
1


3. 潜在市場規模の試算
国土交通省
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
解説：配慮が必要な高齢者に「やさしい自治体、地域」は
障がい者にもやさしい自治体、地域としてＰＲにつながります
2

弊社の取組み
私たちが心のバリアフリー研修プログラムを
提案できる実績
バリアフリー旅行20年の実績とノウハウ
業界に先がけ1997年からバリアフリー旅行をご案内し続けています。
ご案内は国内日帰り旅行から航空機、ＪＲを使用した宿泊旅行、海外はハワイから南米マチュピチュまで、高齢や障がいの有無にかかわらず、「旅をあきらめない」を応援しています。
2015年には、大手旅行社初となる専用リフト付きバスを導入しました。
観光地のバリアフリー対応を事業化された自治体からはモニターツアー等の協力も実績あり。
例）観光庁、東京都、千葉県、長崎県、京都府、富士河口湖町、飛騨高山市、平泉町…


弊社の取組み
私たちが心のバリアフリー研修プログラムを
提案できる理由
バリアフリーイベントを通じて社員研修を実践しています
私たちは、震災半年後の松島で障がい者、高齢者、総勢200名（そのうち車いす使用者40名）の2泊3日のイベントを実施しました。
ハード面では、震災の影響のため再開できていない施設もある中、地元の観光関係者とハードで工夫し、高齢や障がいがあってもできる旅を通じた東北復興支援にいち早く着手しました。十数名の社員が研修として旅行をサポートし、ホスピタリティを学んでいます。


具体的なイベントサポート事例
私たちはこんなイベント運営の
バリアフリー対応をサポートしました
国内最大規模のハロウィン
「カワサキ・ハロウィン」の車いす参加受入れサポート
2016年第20回目を迎えた「カワサキ・ハロウィン」は観覧者数12万人、パレード参加者2,500人、国内ハロウィンの先駆けであり内容、規模共に国内最大規模です。
2020年に向け「かわさきパラムーブメント」の一環として、初めて車いす使用者参加の受入れに着手し、弊社がそのお手伝いをしました。
募集要項の検討、パレード動線のバリアフリーチェック、当日は参加者とのコミュニケーションから、パレード同行まで長年の実績をもとにイベント全体のバリアフリーアドバイスです。
※かわさきパラムーブメント：川崎市では、障害のある人などが生き生きと暮らす上での障壁となっている、私たちの意識や社会環境のバリアを取り除くことや、新しい技術でこれらの課題に立ち向かうことを「ムーブメント」として展開していきます。2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、そして2024年の市制100周年へとつなげていきます。（川崎市HPより）

弊社の取組み

私たちが視覚障がい者「心のバリアフリー」研修プログラムを提案できる実績

不可能を可能にした企画・提案力
「世界初！視覚障がい者夢の自動車運転体験ツアー」
ｼﾞｬﾊﾟﾝ･ﾂｰﾘｽﾞﾑ･ｱﾜｰﾄﾞ2016　領域優秀賞受賞！

首都大を後部座席に乗せ運転する視覚障がい者

社員が2日間研修として参加者をサポートします

2005年、一人の視覚障がい者の夢「一生に一度でいいから車の運転をしてみたい」を5年間かけて実現し、現在に至るまで全10回、延べ150人の視覚障がい者が、絶対にできないと思っていた夢の自動車運転を体験されました。それまでの取組みと今後の発展性を評価いただき受賞にいたりました。
「できない理由」を見つけるのではなく、「どうやったらできるか」を考えることを、私たちは実践してきました。

弊社の取組み

国内外のタッチツアープログラムの知見から最適をご提案します

国内外のタッチツアープログラムから皆さまの地域に最適なプログラム作りをご提案します。ハード面のバリアフリー化が難しい地域は、視覚障がい者のサポートを通じて「心のバリアフリー」から始めてみてはどうでしょうか。
どう工夫をしたら楽しんでいただけるかを一緒に考え、できることから実現しましょう。

クラブツーリズム奈良旅行センターには、実物大の大仏の左手や興福寺の仏閣のレプリカなどがあります。

イギリスの大英博物館の、実物に触れていただくタッチツアープログラム

台北の故宮博物院では、隣接する建物に精巧なレプリカを触れていただくプログラムがあります

大きな建造物もご案内する際には、現地で販売されているお土産の置物を用意し、外観を触れて確認いただいてから建物の中に入って解説を聞きます。

タッチツアーは展示物だけではなく、動植物も同様に触れて楽しんでいただきます。

弊社の取組み

旅を通じた視覚障害者のサポートを人材育成としてご提案します

全国のトヨタ販社約300社の中で、顧客満足度NO.1を10年以上を誇る高知県の「ネッツトヨタ南国」の新入社員研修をバリアフリーお遍路で実施。近畿日本ツーリストでは2015年から130名以上がバリアフリー研修に参加しています。
旅行を通じて当事者と一緒に観光地を巡ることで、地域にとっての当たり前が「新たな発見」につながります。

ネッツトヨタ南国では、2000年から延べ100名の新入社員が４～5日間のお遍路ツアーを研修として参加
視覚障害者へのサポート体験は、言葉で丁寧に伝える、配慮が必要な方へのサポート方法、「気づき」を学びます。

近畿日本ツーリスト社員研修。ツアー中は参加者と一緒に旅を楽しむことを目的にします。

鉄道博物館貸切イベントでは、全国から参加した30名の参加者に全て近畿日本ツーリスト社員がサポート。

大分でのタンデム自転車ツアーでは、大分銀行の社員が自転車の前を漕ぐボランティアとして参加。

旅行を活用した研修では、参加者と一緒に旅の楽しみを共有できることが他の研修との大きな違い。

おもてなしセミナー開催のご提案

ユニバーサルツーリズム人材育成の入り口はセミナーから

観光地のユニバーサルツーリズム対応の必要性は感じていながら、何から始めてよいかわからないという自治体や地域の皆さまの声をお聞きします。
解消するための一例が、自治体担当者や地域の観光関係者の皆さま向けのセミナーです。
弊社では、バリアフリー旅行20年の実績をもとに、わかりやすく観光におけるユニバーサルツーリズムをご紹介できます。

《ユニバーサルツーリズム18年の経験を持つ弊社社員によるセミナー》
①大変そうだと躊躇しがちなユニバーサルツーリズムに対する意識を変えることです
②セミナー素材の多くは過去のツアー中の画像や動画なのでイメージがしやすいと好評です
③車いすやアイマスクを使用したフィールドワークと組合せると体験しながら学べます

《セミナー例　平成28年度富士箱根伊豆国立公園におけるユニバーサルデザイン強化事業》

【講師実績実績】
平成25年 箕面市健康街づくりシンポジウム
平成28年 高知県広域観光みらい会議
平成28年 福島県観光地のＵＤワークショップ
平成28年 2020年に向けた地域の観光推進ユニバーサルデザイン
平成22年～28年 昭和女子大学社会福祉学科 講義

実施例）平成28年度福島県観光地のUDワークショップ
①フィールドワーク前にセミナーを実施する。目的を共有することができます
②フィールドワークでも解説をさえながらわかりやすくお伝えします。
③観光地における車いす操作などレクチャーします。
④アイマスクを着用し視覚障がい者への配慮も学べます。

当社の取り組み

実践女子大学 ×（株）近畿日本ツーリスト首都圏 連携授業
「ユニバーサルツーリズムを学ぶ」学生によるツアー企画のプレゼンテーションを6月22日（金）に実施します 広報No.10
2018年（平成30年）6月11日

KNT-CTホールディングス株式会社（本社：東京都千代田区 社長：丸山 隆司）のグループ会社である株式会社近畿日本ツーリスト首都圏（本社：東京都新宿区、社長：田ヶ原 聡）は、実践女子大学（東京都目野市、学長：城島栄一郎）のキャリア教育科目のひとつであるオープン講座a」において本年5月より「ユニバーサルツーリズムを学ぶ」授業に協力し、「高齢者・障がい者も楽しめるツアーとは何か、そのツアー企画を考える」をテーマにした取り組みをサポートしています。全6回の授業の集大成として、6月22日（金）に学生の皆さまが、チームごとに企画した「高齢者や障がい者も楽しめる渋谷観光ツアー」のプレゼンテーションを行います。

実践女子大学の「オープン講座a：ユニバーサルツーリズムを学ぶ」授業（4月開講）は3学部を横断して選択できる科目で、40人募集のところ126名の履修希望者（1年生～4年生）があった人気科目で、文学部国文学科の深澤晶久教授（キャリア教育）が担当しています。当社からは、座学の講習をはじめ、アイマスクを利用した視覚障がい者の案内疑似体験など、ユニバーサルツーリズムのノウハウを活かした授業を提供しています。最終ゴールとして設定した「高齢者・障がい者も楽しめる渋谷観光ツアーの企画と発表」では、テーマの設定やツアーの作り方、ポイントなど講演し、全25チームの企画の審査（予選）にも参加します。予選を通過したチームの最終プレゼンテーション後には全体の講評をさせていただき、今後の発見や気づきにつなげてもらう予定です。講座の概要は下記の通りです。

●スケジュール
5月11日（金）「ユニバーサルツーリズム」とは
5月18日（金）自治体の取り組みについて
5月25日（金）アクセスシビリティー体験プログラム
6月01日（金）-08日（金）グループワーク①-②
6月15日（金）グループワーク③ 企画提案 ファイナル出場チーム選考
6月22日（金）8チームによるプレゼンテーション（詳細下記）

【講座のゴールとなるツアー企画：高齢者・障がい者も楽しめる渋谷観光を作る!】
企画想定時期：秋～冬／行先：渋谷区中心／人数：参加者10から15名程度
対象：①高齢者で車いすや杖を使用している方・②視覚障がい者／行程：日帰り（10時～16時まで）

当社の取り組み

“スマートツーリズム”推進 ウェアラブルで地域観光に貢献 世界遺産 富岡製糸場CG映像ガイドツアー
～富岡市が新たな観光案内システムとして導入に向け実証実験～広報No.15
2016年（平成28年）3月18日

近畿日本ツーリスト株式会社（本社:東京都千代田区、代表取締役社長：小川 亘 以下、KNT）は、富岡市の平成27年度富岡製糸場CG映像ガイド構築事業における観光ガイド業務委託による実証実験を、同事業VR作成業務委託受託会社である凸版印刷株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：金子 眞吾 以下、凸版印刷）と共同で3月28日、27日の2日間実施します。

<イメージ>
富岡市は世界文化遺産登録、国宝・国指定史跡・重要文化財である富岡製糸場において、来訪者および観光客の利便性・快適性を高め、その魅力や集客力を更に向上させるため、このたび眼鏡型情報端末（ウェアラブル端末デバイス“スマートグラス”）活用により当時の情景や歴史を感じながら回遊出来る仕組みを構築することを目的として「富岡製糸場CG映像ガイドツアー」の取り組みをスタートします。
富岡製糸場内には7箇所の鑑賞ポイントが設定され、明治5年稼働同時の製糸場内の様子をCG映像で工女が建物内を歩く様子、360度映像、古写真、錦絵など、各ポイントごとにスマートグラスをかけて鑑賞していきます。また、イヤフォンガイドは日英2か国語対応しており、訪日外国人観光客にも正確に歴史や内容を伝えることができ、映像と解説で楽しんで頂くことができます。

【スマートツーリズムの展望】
スマートツーリズムについては、今後さまざまな展望が期待されます。

①実空間・仮想空間の複合型観光
失われた文化財や街並みをはじめ、様々なシーンにおける復元・再現により、仮想世界と現実世界が融合する複合現実感を味わう新たな観光手法の提案。
②音語対応
2020年東京オリンピック・パラリンピックを念頭に、訪日観光客への言語対応と、観光地や日本文化の解説を行うことにふる、日本への理解の深耕。
③ユニバーサルツーリズム、サスティナブルツーリズムとの連携
旅に出ることが叶わない人達への仮想旅行体験や、環境・文化保護と観光を共生させるなどの新たな切り口として、国籍・年代を超えたあらゆるお客様への旅の提案。

当社の取り組み

～長野県における当社の取組～

・諏訪地域振興局　諏訪地区宿泊施設におけるバリアフリー実態調査事業

・ＵＤ関連の講演会に参画

・ＵＤ散策マップ作成の支援

・地域トラベルサポーターとの連携
　→県全体として窓口の一本化も検討

・上諏訪温泉宿泊感謝イベント協賛

・着地型ＵＤ商品の造成

ユニバーサルツーリズム対応
宿泊施設の実態調査

当社の取り組み

～長野県におけるUDの現状～

【利点】
・ハード＝素材の充実
　（温泉・フィールド・芸術文化等）
・人財育成の機運と人材数が豊富
　（地域トラベルサポーター組織
　　・人財育成のための制度）

【課題】
・ハード＝宿泊・観光施設における設備面の整備不足
・人材確約の場をどう作るか？

【当社の役割】
・ハードをカバーするソフト面の醸成
・着地型ＵＴ商品の造成による
　　ブランディング化と地域誘客推進
・ＵＤ関連の安定的な雇用創出

当社の取り組み

東京2020　オリンピックパラリンピック
～更にその先の未来に向けて～

※この冊子は、ユニバーサルデザインに適したフォント及びレイアウトに
従い作成しています。

編　集　一般社団法人まつもとユニバーサルデザイン研究会

発行者　会　長　住吉　広行

印刷所　（株）成進社印刷

発行所　一般社団法人まつもとユニバーサルデザイン研究会

〒390-0815　松本市深志 2-8-13　（株）成進社印刷　内

2019 年 1 月発行（第一版）