

21世紀の観光化社会を協創するメディア「SMF」

# SMF



SIGHTSEEING MARKETING for FUTURE

1999. November  
Vol.14

特集テーマ

「バリアフリー」

新観光論

どんな人にもある“バリアフリーの時”。  
ソーシャル・ソリューションとしてのバリアフリーとは

**谷口正和** マーケティング・コンサルタント

観光の未来市場、  
この人に聞く

「年をとっても旅行できる社会」が「いい社会」  
創造力と想像力でバリアフリーを推進しよう!

**草薙威一郎** 株式会社日本交通公社 経営改革部  
ノーマライゼーション推進 マネージャー

データで読む  
ケーススタディー

ケース◆東京ディズニーランド◆パレスホテル◆近畿日本ツーリスト

第14回定期セミナー  
基調講演抄録

超高齢社会の旅行サービス  
移動と宿泊のバリアの実態を理解し、ハード・ソフトの整備を進めたい

**今西正義** 株式会社日本交通公社 トラベルネット・デスク  
(旧 株式会社トラベル・ネット)



特集テーマ **バリアフリー**

- 3 **新観光論**  
株式会社ジャパンライフデザインシステムズ 代表取締役社長 **谷口正和**  
**どんな人にもある“バリアフリーの時”。**  
**ソーシャル・ソリューションとしてのバリアフリーとは**
- 7 **観光の未来市場、この人に聞く**  
株式会社日本交通公社 経営改革部 ノーマライゼーション推進 マネージャー **草薙威一郎 氏**  
**「年をとっても旅行できる社会」が「いい社会」**  
**創造力と想像力でバリアフリーを推進しよう!**
- 10 **データで読むケーススタディー**  
研究テーマ/バリアフリー— すべての人に心地よいことが究極のバリアフリー  
◆東京ディズニーランド/  
すべてのゲストはVIP— の精神によるハードの開発、ソフトの維持、情報の提供  
◆パレスホテル/  
誰にとっても利用しやすい環境づくりを追求した結果としての「マスターズフロア」  
◆近畿日本ツーリスト/  
高齢者を核に、障害をもつ人・もたない人の支え合いがつくる「バリアフリーの旅」
- 17 **バリアフリー・マーケットに関するデータ**
- 18 **第14回定期セミナー 基調講演抄録**  
株式会社日本交通公社 トラベルネット・デスク(旧 株式会社トラベル・ネット) **今西正義 氏**  
**超高齢社会の旅行サービス**  
**移動と宿泊のバリアの実態を理解し、ハード・ソフトの整備を進めたい**

「未来観光マーケティング研究会」の基本概要

“生活者の視点から観光ビジネス市場を創造していくコラボレーションの場”

次代のビジネス市場は、日常と観光が融合した“生活観光”の視点が重要になると考えます。すでにアメリカの小売業などの事例をみても、観光的な手法による“コト起こし”が最大の戦略になりつつあります。当研究会は、観光の真の主役である“生活者”の視点を第一に、観光ビジネスのグランドデザインを見据えながら、サービスマーケティングの着眼を学び、リアルビジネスを検証します。パラダイムチェンジにおける課題認識と市場創造のための気づきを高め、その着眼、戦略、具体的な方法論を探っています。

■活動内容/

- 1) 定期セミナー開催 (隔月・年6回)

- 2) 研究会メディア【SMF】の発行 (隔月・年6回)
- 3) 個別テーマ単位の分科会開催 (不定期)
- 4) 個別事業のアドバイス・サポート

■参加特典/

- 基本会員：①定期セミナー (年6回)  
各セミナーとも2名様まで参加可能
- ②研究会メディア (年6回) の配布
- メディア会員：①研究会メディア (年6回) の配布  
定期セミナーへの参加料優待有り

- 会費/○基本会員 12万円 (消費税別)
- メディア会員 3万円 (消費税別)

「SMF」バックナンバー

お問い合わせ・バックナンバーのご請求は、  
「未来観光マーケティング研究会」事務局まで。Tel:03・3481・0887 Fax:03・3481・0870  
■会員限定頒布 ■年間購読料(6号分) 30,000円(税別) ■単号 6,000円(税別)

第1号特集/事業構想の立て方とその戦略 (1997.5月)	第8号特集/地域共生 (1998.8月)
第2号特集/顧客情報の取り方、活かし方 (1997.7月)	第9号特集/カスタマー・スタンダード (1998.11月)
第3号特集/ホスピタリティマーケティング (1997.9月)	第10号特集/「エコツーリズム」の概念がもたらす観光スタイル (1999.1月)
第4号特集/オリジナリティの磨き方 (1997.11月)	第11号特集/消費の選択肢「ブランド力」 (1999.4月)
第5号特集/顧客関係を深める情報サービス力 (1998.1月)	第12号特集/選ばれる理由が変わった「土産品開発力」 (1999.6月)
第6号特集/事業コラボレーション力 (1998.3月)	第13号特集/「幸せの町づくり」戦略 (1999.8月)
第7号特集/大観光化社会への提言 (1998.6月)	

# どんな人にもある「バリアフリーの時」。 ソーシャル・ソリユーションとしての バリアフリーとは

バリアフリーは特別な人の特別な課題ではない。  
つまりバリアフリーとはユニバーサル・デザインのことなのだ。  
来たるべきソーシャル・モデルとしてのバリアフリー社会を考える

バリアフリーからユニバーサル・デザインへ

まずバリアフリーとユニバーサル・デザインの一般的定義の差を明確にしておこう。

バリアフリーとは「障害のある人が社会生活をしていく上での障壁(バリア)を除去する」という意味であり、ユニバーサル・デザインとは「障害者、高齢者、健常者などの区別なく、誰もが分け隔てなく使える商品、空間などをデザインする」ということだ。つまりバリアフリーは「区別する」、ユニバーサル・デザインは「区別しない」が基本軸に

なっているのである。ユニバーサル・デザインの方が上位概念であることは明らかである。バリアフリーをスタンダード・デザインと考えるのがユニバーサル・デザインだからだ。

今号におけるバリアフリーと観光の論議は、バリアフリーをユニバーサル・デザインの視点でとらえるかどうかという展望が見えてくるか、ということである。

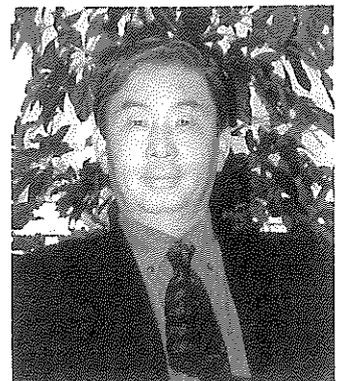
ユニバーサル・デザインの論議は、すべての商品づくり、空間設計、施設デザインなどにおいて、二一世紀のデファクト・スタンダード思考になるだろう。バリアフリー・デザインをユニバーサル・デザインに積極的に敷衍して考える

こと、これが二一世紀のマーケティング、マーチャンダイジングの基本なのである。

特殊なサービス概念から、開かれた社会的配慮への転換、ここがポイントである。地球社会が解決すべき課題としてのバリアフリー、それを包み込むユニバーサル・デザインの発想と開発こそいま重要である。

ハンディキャップとは何か

ハンディキャップとは「不利な条件、障害を持つ」という



1942年生まれ。マーケティング・コンサルタント。生命、生活、人生の在り方を問う「ライフデザイン」を企業理念とし、地球と個人の時代を見据えて次なる価値観のニューモデルを提示し続ける。コンセプト・プロデュースから経営コンサルテーション、企業戦略立案、地域活性化計画まで幅広く活動。

ことであるが、これは何も一部の特別な人だけの問題ではない。人はさまざまな状況下において、何らかのハンディキャップを持たざるをえないことがあるのだ。例えば観光旅行の帰り、たくさんのお土産を持たざるをえない状況があったら、それは立派なハンディキャップである。混んだ電車やバスのなかで長時間立たざるを得ない状況があったら、それも立派なハンディキャップだろう。海外へ旅行して言葉が通じない、習慣がわからない、食べ物飲み物が合わないなども大きなハンディキャップである。そんな時、あなたもハンディキャッパーなのだ。

海外から来たインバウンダーも同様である。日本語がわからない、地理がわからない、習慣がわからないということとを明確にハンディキャップにとらえ、どうサポートして解決してあげるかということがバリアフリーサービスであり、ユニバーサルデザインサービスなのだ。

日本の顧客でも、はじめての土地、はじめての旅館・ホテル、はじめてのサービスに出会う機会が多発していく。

この視点で見れば、ハンディキャップとは物理的な問題だけではなくことが分かる。つまり心理的なハンディキャップ解決がこれからの重要課題であり、サービス業がますます心理産業化していくこれから、物理的なハンディキャップを踏まえた心理的なハンディキャップ解決こそ二一世紀の大きなサービス課題になるだろうということだ。

すべての人にバリアフリーを必要とする時がある、誰でもがある状況下においてはハンディキャッパーになる、この視点が本稿の要である。

つまり旅行業、観光業はほとんどバリアフリーサービス

ス、ユニバーサルデザインサービスの塊なのである。

### バリアフリー課題を発見する能力

「問題」が常に我々のクライアントである。顧客の課題発見とは、顧客の「問題」発見であり、その意味で「問題」が常に我々の依頼主なのだ。

何がバリアフリー問題として解決すべき課題なのか。これを発見し、速やかに解決する能力こそ、実はサービス能力の本質である。いかにバリアフリー理論を学んだとしても、顧客が抱えている問題を発見できなければまさに絵に描いた餅である。

逆に言えばすべてを「顧客の障害」と見なした時、そこに解決すべき問題がいくつも浮上してくることだろう。

お客様が妊婦さんだったら？ お客様が病弱だったら？ 両手に一杯の荷物を持っていたら？ アトピーのため通常の食事がとれないとしたら？ 普段より暑い日だったら？ 寒い日だったら？ お客様が何かを頼みたいとき深夜だったら？ 早朝だったら？ まさにバリアフリー課題は肉体的なハンディキャップを超えて無限にあるはずである。

サービスの本質は「気付き」であるが、それはバリアフリー課題でも全く同じなのだ。廊下にスロープをつけたら、専用のエレベータを設置することだけがバリアフリー解決ではない。

お客様が困っている問題を発見し、喜びをもって解決してあげることこそバリアフリー解決であり、そこに健常者も障害者もない、ただ障害者にとつてよいことは健常者

にとつても優れたサービスであると考えるのがユニバーサルデザインである。

さまざまなケースを発見して代表顧客からヒアリングし、それをバリアフリー代表モデルとしてブラッシュアップし、すべての顧客に提供する。そこにユニバーサルデザインへの発展がある。

ジョンソンベビーパウダーは赤ちゃんのために作られたパウダーであるが、これを広く支持したのはOLだった。赤ちゃん用のきめの細かい肌優しいパウダーが大人の女性に支持されたのである。つまりバリアフリー・プロダクツがユニバーサルデザイン・プロダクツとして支持されたのである。

バリアフリーを考えると、それをユニバーサルデザイン視点でとらえることがいかに重要かという好例だろう。その時どんな商品もサービスも、マーケットの最大の裾野に触れるのである。そんなに安全ならぜひ私たちも、と全員がマーケットの中に入ってくるのである。

### バリアフリーの主体は「本人」

バリアフリーの問題を考えると、重要な視点は「自助」「他助」かということである。結論から言えば基本は「自助」である。「天は自ら助くる者を助く」というが、二一世紀の個人社会の基本はどこまで行っても「自己責任」にあるのだ。

ハンディキャッパーに対する社会的サポートという本質を持つバリアフリー問題に対しては、なかなか「自己責任」

という問題にまでは踏み込みにくい、あえて踏み込んで論議したい。

「バリアフリー」を「他助」機能としてのみとらえ、そこに自らの主体的解決を見ないならば、バリアフリー問題は永遠に個人の手に帰ってこない。いかに「他助」機能を充実させたとしても、そこに「自助」の原則を見ないかぎり、どこまで行っても不満、不平が残るはずである。最大の満足とは常に本人解決、自己解決にあるということである。自らが主体であることを取り戻す、これが個人化社会の基本であり、バリアフリーの問題もまた同じなのだ。ネガティブな視点からポジティブな視点へ、悲観主義から楽観主義へ、他者依存から自己責任へ、いま求められているのはハンディキャップを含めた社会全体の認識転換であると私は考えている。

### 「楽しい出来事」認識

バリアフリーの問題を弱者救済という視点の逆から見たらどうなるか。「バリアフリー・エンターテイメント」という「楽しい出来事」認識の視点で見たらどうなるか。このポジティブな視点が現在のバリアフリー・サービス開発の中から抜けていると私は思う。

真の優しい社会とは懐の深い社会である。ただ一方的に救う、ケアするだけが真の優しい社会ではないだろう。バリアフリーとハンディキャップという問題を積極的にとらえ、ポジティブな自己解決の構造を作りだしていくのが優れた社会ではないだろうか。

これから始まる高齢化社会において、ネガティブな視点は社会を窮地に追い込んでいくばかりである。車椅子に乗るといふこと、杖をつかなければいけないということ、歩行が困難になるといふこと、物を持つのが大変になるといふこと、目が見えにくくなるということ、買いたい物が億劫になるといふこと、これら全健常者を巻き込むバリアフリー問題をいかに積極的に肯定していくかが最大の課題である。ベストセラー『五体不満足』は、この問題を我々に提示した。乙武氏に比べればほとんどどんな人もハンディキャップではない。日本中がそう認識したはずである。自分が抱えたハンディキャップをいかに積極的に強く認識するか、つまりハンディキャップの問題の本質は、「心のありよう」によるといふことである。三重苦のヘレン・ケラー・女史なども同様である。

我々が提供すべきバリアフリー・サービス、ユニバーサルデザイン・サービスもまたこの積極的で楽観的、「楽しい出来事」化の認識に立たねばならない。

### シミュレーション・モデル予測

バリアフリー・デザインを考える時、どこまでそのデザインをハンディキャップの立場に立ってデザインできるかである。

足が悪い人の杖を考えるとする。白くて目立つ、までは普通である。しかし立て掛けた杖が倒れてしまったらどうなるか。足が不自由で拾えなかったらどうなるか。長いヒモを巻き込んでおいて引っ張れるようにする、立て掛

けるときは三脚のように杖の根元が開く、そもそも倒れることがないような工夫がなされている、などの細かい配慮がなされているかである。

ハンディキャップ本人になりきってシミュレーション・モデルを立て、細かい配慮をバリアフリーツールの中にデザインしておくということである。

階段がスロープ状になっていけばいい、バスタップが低ければいい、という単純な問題を越えて、「すべての人にバリアフリーが必要な時がある」という視点ですべてのデザイン、サービスを見直してみたい。

どんなサービスも結局はシミュレーションなのである。シミュレーションとは、サービスをどこまでも追いかけるということである。サービスにはどこまでいいということがないのだ。

### どこまでがバリアフリーか

サイバネティクス(Cybernetics)という概念がある。アメリカの数学者、ノーバード・ウィナーが提唱した通信・自動制御に関する概念で、ふつう生物と機械における通信、制御、情報処理の問題を扱う学問である。生物を機械の視点でとらえ、機械を生物の視点でとらえながら、その両者の情報制御システムを分析していく、ジャンルだ。

彼は奇妙だが面白い質問を我々に投げかけた。彼は視覚障害者が白い杖をつけて街を歩いているとする。そのとき彼の身体とはどこまでを言うのか、という質問である。

「すべての人にバリアフリーが必要な時がある」という視点ですべてのデザイン、サービスを見直してみたい

杖の先には歩道があり、そこには視覚障害者用の黄色い専用道路が敷かれている。そうするとその白い杖も黄色い専用道路も彼の身体の一部と言つてもよさそうである。その専用道路も街の一部であるから、街全体を彼の身体の一部と言つてもよい。街は地域の一部分であり、地域は国の一部分であり、国は地球の一部分であるから、彼の身体性は結局地球全部だと言つてもいい。

つまり個人と地球は分けることができないのだ。どこまでが人間であり、どこからが環境であるという境界線が引けないのがバリアフリー問題でありユニバーサル・デザイン問題なのである。環境全体の中でどう個人のバリアフリー問題を解決していくのが、これからの取り組みの最重要課題であろう。

特に観光における環境デザインを部分部分で考えると失敗する。環境全体を一回俯瞰的な視点からバリアフリー視点で見て、そこから部分へと戻らないと、部分はよくできているが全体で見るとどうにもならない問題だらけ、ということになりかねない。

つまりバリアフリー・デザインにはマスタープランが必要であり、グランドヴィジョンがいるということだ。

これからの都市デザイン、地域デザイン、観光立地デザインにバリアフリーの問題解決は不可欠である。身体に障害がある人、あるいは高齢者のみならず、「全員にバリアフリーの時がある」という視点こそ重要なことから、全体から部分を考えることは当然のことなのである。

駅構内、駅前広場、観光案内図、タクシー乗り場、バス停留所、旅館・ホテルのエントランス、部屋のレイアウト、

食事、お風呂、電話などのサービス、あらゆる問題をバリアフリー及びユニバーサル・デザインの視点で再デザインする必要がありということである。

ハンディキャップを取り除くにはどんなサービスが必要か、それを物理的側面だけでなく心理的な側面からも、どこまでも考えていく創意と工夫が大切なのだ。

### バリアフリー・ランゲージ

考えてみれば、言語ほどバリアになっているものも無いだろう。「英語を話せると十億人と話せる」というある英会話教室の広告コピーがあったが、それでも十億人どまりである。

では、最大のバリアフリー・ランゲージはなんだろうか、それはヴィジュアル・ランゲージである。視覚言語こそ最大の共通言語であり、人種・国境の障壁を乗り越えられるコミュニケーション・ツールなのだ。

仕種言語としての手話も重要なバリアフリー・ランゲージであるが、それよりも強力なものは視覚言語なのである。言語差、年齢差、性差を超えて、バリアフリー・コミュニケーションの基本ツールはヴィジュアル・ランゲージだと私は思っている。

エピグラムと呼ばれる絵文字がオリンピックのスポーツ種目表示に多用されているが、あれなども一例である。トイレルの表示、非常口の表示、交差点の信号表示などは、ほとんど世界共通のヴィジュアル・ランゲージだろう。

このヴィジュアル・ランゲージの世界をもっと綿密に計画

し、バリアフリー・ツールとして活用すれば、今後の観光施策にとつてよりスムーズなコミュニケーションを図れるに違いない。見て分かるということは誰にとつてもいけば便利なコミュニケーションであるはずだし、いちいち誰かに聞く煩わしさから解放される。いわばセルフサービス方式により近づく訳である。最大のサービスは自己解決なのだ。

### 「自己解決」支援がサービス

「サービスの三つの法則」というものがある（サービスの法則「田辺英蔵著・ダイヤモンド社刊より」）。

- 一、サービス努力が報酬に結びつかないところにサービスはない。
- 二、競争のないところにサービスはない。
- 三、サービスは「ないこと」がしばしば最上のサービスである。

それぞれにサービス化社会の要点をとらえていて興味深い指摘だが、特に最後の「サービスは「ないこと」がしばしば最上のサービスである」という点が面白い。我々はサービスは足し算だと思っているが、それが過剰サービスとなつて顧客から嫌がられている傾向が、最近の日本小売業協会の調査データなどから明らかになっている。顧客は必要な時に必要なサービスを求めているのであり、基本は「自己解決」なのである。サービスは「自己解決」と「プロ解決」の組み合わせによつて成り立っており、バリアフリーの問題も全く同様であることを強く認識したい。

観光の未来市場、この人に聞く

株式会社日本交通公社 経営改革部  
ノーマライゼーション推進 マネージャー

草薙威一郎氏

## 「年をとっても旅行できる社会」「いい社会」 創造力と想像力でバリアフリーを推進しよう!

「旅は最高のリハビリテーション」という言葉がある。

イギリスでは一九八〇年代後半から「Tourism for all」の旅行促進活動が活発になり、

アメリカでも一九九〇年にADA法(障害をもつアメリカ人法)が制定されて、

交通機関や宿泊施設の整備が進んでいる。

では、十数年後には四人に一人が高齢者となる日本の現状はどうか、課題は何か。

「年をとっても旅行できる社会がいい社会」とおっしゃる

㈱日本交通公社の草薙威一郎氏に、データをふまえたお話をうかがった。

障害をもっている人たちは積極的  
に旅をしたいと望んでいる

——一九九五年の観光政策審議会の答申に「すべての人に旅をする権利がある」とあります。障害をもつ人もたない人も同じように旅をして生活を楽しむ権利がある、というノーマライゼーションの考え方は、身体に何らかの不自由を感じる高齢者が増える社会にあつて、すべての人の共通意識になりつつあると思えます。まず、障害をもつ人の旅への参加状況、参加意欲というあたりからお話してください。

「障害をもっている人の旅への参加率は必ずしも低くないという調査結果があります。一九九四年の㈱日本観光協会の調査による「宿泊をとまなう国内観光旅行への参加率」をみると、肢体不自由で車イスを使う人が五九・九パーセント、車イスを使わない人が六五・五パーセント、目が不自由な人が五九・五パーセント、耳が不自由な人が七四・五パーセント、知的障害の人が六三・八パーセント、内部障害の人が五八・九パーセントでした。ちなみに障害をもたない人の国内観光旅行参加率は五七・九パーセントです。「海外旅行の体験率」になると、肢体不自由

で車イスを使う人が二六・三パーセント、車イスを使わない人が二六・八パーセント、目が不自由な人が二二・六パーセント、耳が不自由な人が三二・八パーセント、知的障害の人が九・五パーセント、内部障害の人が一八・九パーセントとなつています。また、一九九一年に剰余暇開発センターが障害をもつ人に「これからやってみたい余暇活動」について聞いたところ、一位が海外旅行、二位が水泳、三位が国内観光旅行という答えでした」

——障害をもつ人はもたない人と同じように、あるいはより積極的に旅をしてい  
るし、また今後も旅をしたい意向が強い  
といえそうですね。  
「これらは障害者団体の協力を得て調査したもので、団体に属する人は生きかたが積極的であるというようなバックグラウンドがあるかもしれません。また、若い人を中心に情報収集がうまくなり、障害をもついても旅を楽しめるとわかつてきたのでしょうか」  
バリアフリーの環境整備を  
実現するための基準づくり  
——そうになると、旅を提供する側がど



1973年早稲田大学教育学部卒業、(財)日本交通公社調査部主任研究員、JTB経営改革推進プロジェクト調査役から現職。(社)日本旅行業協会社会貢献委員会障害者旅行部会副会長、(財)全国ホテル旅館振興センター・シルバースター旅館審査委員、(社)全国旅館環境衛生同業組合連合会「人に優しい地域の宿づくり賞」選考委員。「観光振興論」(共著)「障害をもつ人と行く旅」など著書、論文多数。



ういうことを経て、次に技術的な問題がきます。大きな課題は、自由と安全性です。これについても日本人の意識は欧米と違います。日本では飛行機に乗る車イスの人の人数を制限しています。出口の数の関係で安全を保証できないからです。でもアメリカでは法律上の制限はなく、無制限に乗せます。自己責任の考え方によるものです」

## 障害をもつ人へのサービスは誰にとっても一流のサービス

——さまざまに揺れ動きながらも、ノーマライゼーションのマーケットは確実に拡大していくと思われませんが。

「経営の目としては、障害をもつ人がどれだけ来てくれるか、という問題があります。最初に述べたデータのように見込み客は決して少なくありません。それだけでなく、安全性の高い環境を整備することで、障害をもたない人にも安心効果を与えることができます。ハンディのある人へのサービスは、ない人にとっても一流のサービスになるんです。どのくらい投資したらどのくらいの効果があるか、ハッキリと計測することはできませんが、かなり高いレベルで効果が出るのが考えられます。いまはまだ不十分ですが、やがてハード、ソフトの両面でビジネスとしての競争原理が働くようになれば、バリアフリーは画期的に進みます。みんなが旅行を

する権利や欧米で普及しているレスパイトケア(家族等から一時的に離れる介助)などが制度として位置づけられ、本人も介護者も無理なく受け入れるようになれば、日本も大きく変わります」

——高齢者が増えるのは事実であり、そのなかで障害をもつ人も増えていくわけですから、社会も変わらなくてはならないということですね。

「福祉の社会化、社会の福祉化」ということを、福祉の世界では高名な一番ケ瀬康子さんが言っています。どちらが先というのではなく、同時に進行しているということですね。国連では、二〇世紀は人間が社会のシステムに合わせたきたが二一世紀には社会のシステムが人間に合わせなくては行けない、といっています。いろいろなものがピラミッド型に上下関係をもつのでなく、まるく対等に融合していく社会が求められています。すべての分野で誰にとってもわかりやすく美しいものこそいいものになると思います。たとえば、北海道の飛行場でバスステルカラーの表示板をつくったら、高齢の人にはよく見えなかった。それで全部つくり直したそうです。アメリカでは建築学を学ぶ学生は、まず最初に『ADA法』に対応したユニバーサルデザインを学ぶそうです。社会の一般的な人とは誰なのか、一部の強い人だけに対応するのではなく、様々な配慮が必要な人も多い

という認識が重要です。身近に困ったことがあったり、自ら体験してわかったりすることも大事ですが、さらに想像力を発揮し、これからのあるべき社会を自分の問題として考えて創造する必要があります。それは難しいことではなく、心のもちようひとつで解決できることも多いと思います」

## 商品開発、情報提供、体験学習

### JTBのハートフルな取り組み

——最後に、JTBさんとしての取り組みを、ご紹介ください。

「まず、旅行商品の開発です。全国で年間一五〇〇〇ぐらいのバリアフリー旅行をつくって障害をもつ人や高齢の人に購入いただいています。それから情報提供。高齢者にやさしい宿をバリアフリー対応の設備やシルバースター制度等で評価して『日本全国おすすめ宿セレクタ3000』というパンフレットによってお知らせしています。バリアフリーであるかどうか、車イスの貸し出しができるか、手話のできるスタッフがいたり、盲導犬も泊まれるかなど、食事のカロリーまでひと目でわかるマークをつくっているんです。これはインターネットでも検索できます。海外については一六〇ほどの都市について、街の環境やホテルなどのバリアフリー情報を調べています。それから社員教育として手話の訓練、重りをつけて歩くな

どの高齢者体験を行っています。障害をもつ人や高齢の人の海外旅行についての配慮のしかたを細かく説明したマニュアルもつくり、好評を得ました」

——ノーマライゼーションの考え方にもとづくバリアフリーのステップにはいくつもの段階があつて、時間がかかることもたくさんありそうですが、心のバリアフリーならすぐできますね。

「二〇年、一五年先の日本の高齢化の状況を考えると、いますぐこの課題に手をつけないと手遅れになるような感があります。みんなが自分のできるところから手をつけて、障害をもつ人や高齢の人の旅をお手伝いできると思います。住宅を改造して障壁をとつたらケガをする人が減り、寝たきりの人のための医療費が削減されるといふデータがあるように、病気になつて医療費をかける前に温泉に行つたほうがいいんですよ。私は、年をとつてもみんながどんと外へ出て旅行できる社会がいい社会だと思つています。一人一人が活気にあふれるでしょうし、外に出ることによつて得られる経済効果も期待できます。私自身もよく旅に出ます。次の休みには障害をもつている人たちのグループと一緒に島に遊びに行く予定です。ただ楽しいだけでなく得られるものも多いために行くと、仕事と遊びの境目はありませんね(笑)」

(聞き手・長谷川千登勢)

## 研究テーマ／バリアフリー

### すべての人に心地よいことが究極のバリアフリー

#### ケース1◆東京デイズニールランド

## すべてのゲストはVIP——の精神によるハードの開発、ソフトの維持、情報の提供

すべてのゲストはVIP、王様も一般の人もみんな同じ——と、ウォルト・デイズニーは言った。この精神は、東京デイズニールランド(TDL)にも生きている。「おいでになるすべてのお客さまに楽しんでいただくこと。それがテーマパークの使命です」と、(株)オリエンタルランド広報部主任の浅井一氏は言う。開園一六周年を迎えたTDLを訪れたゲストの総数は二億二九二六万四〇〇〇人。一九九八年度の一七四五万九〇〇〇人、前年比四・六パーセント増のゲストのうち七一・四パーセントが女性、七二パーセントが一八歳以上の大人。六〇歳以上のシニアや障害をもつ人の来園も多い。すべての人に楽しんでもらうためのハードとソフトの充実と、その実態のいいいなインフォメーションによってTDLのバリアフリーは進んでいる。

#### 家族の誰もが安心してきて、楽しめるハード

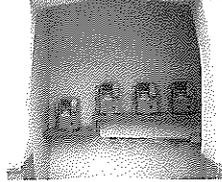
園内を歩いてみよう。メインストリート・ハウスをは

じめ、園内の七カ所に「触地図」がある。指先で触れてそこに何があるかを知る凹凸のある地図である。そのうちの一つは建物は木、樹木はフェルトなどそれぞれ異なる材質を使って園内のつくりを表示し、どの素材が何を表示しているかを点字で知らせている。日当たりのいい場所にある「触地図」は合成樹脂でつくられ夏でも熱くならない。また「触地図」の色合いやデザインは、ウエスタンランド、ファンタジーランドなど各エリアによって違う。それぞれのイメージに合ったつくりにするので、目の不自由な人のための機能性だけでなく、目で見て楽しむ人たちのニーズも満たしている。肢体不自由あるいは高齢のゲストのための車イス対応のハードも多い。各アトラクションやレストラン、ショップへのアクセスはほとんどの場所で行けるやかな「スロープ」になっている。開園当時はステップだったところも、それぞれの施設のテーマを大事にしながら煉瓦や自然の木を使った「スロープ」に改修した。いまは、どの「スロープ」ももともとそこにあったような落ちつ

いた表情でゲストを迎えてくれる。いかだに乗って行く「トムソーヤ島」は、一度クロウズして「スロープ」をつくった。だから、いまは車イスでの島内一周もできる。また、目立たないところだが、園内の「路面」が滑りにくい塗装になっていて、摩擦係数を常に管理しているという点も特筆したい。雨が降ったときなど、脚が不自由でなくても滑りやすい「路面」にヒヤツとすることはある。誰もが安心して歩いたり走ったりできるフラットな道、足をしっかりとらえてくれる「路面」は、小さな子ども連れのゲストにとってもうれしいハードに違いない。

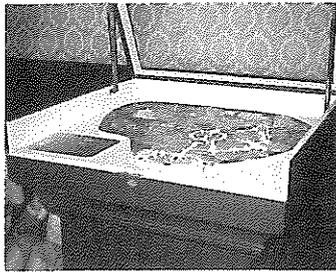
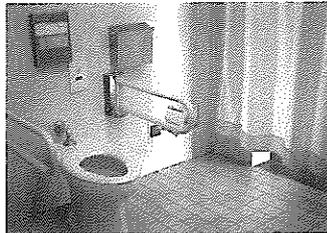
デイズニーの仲間たちのライブ・エンターテイメントを見るのはTDLでの大きな楽しみだが、車イスに乗っている人には見えにくい。そこで「車イス優先エリア」。ウエスタンランド、トゥモローランドの指定スペースでは、いつも車イスのゲストの笑顔が見られる。「ご家族の一人でも楽しめないとみんなが楽しくなくなります。それでは、私どもの考えるファミリーエンター

▶「水飲器」  
▼「電話」の高さ、位置に注目したついでに、障害をもつ人だけでなく、子どもや高齢者、家族にとっても使いやすい設備である。

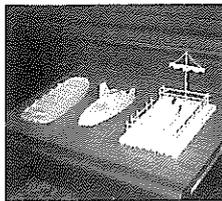


▶「車イス用トイレ」。扉の重さを改修し、車イスから便座への移動がしやすいように工夫を重ねている。

▼レストランの入り口は度々見直され、それぞれのイメージに合った「スロップ」が増えている。



▲園内7カ所にある「触地図」。エリア別にデザインが異なり、目の不自由な人にもそうでない人にも、エリアの雰囲気を知らせ、楽しませてくれる。



◀キャストのハンドメイドによる乗降補助。乗降物に乗って、乗降物の間を自由に移動できるように工夫されている。

テイメントにはならない。障害をもたれた人ももたない人も大人も子どもも、同じように楽しんでいただきたい」と、浅井氏は強調する。これは社会におけるノーマライゼーションの考え方のものだ。

この考え方を具現化したものとして、各エリアの「水飲器」「公衆電話」にも注目したい。「水飲器」は、それぞれのエリアになじむデザインになっている。たとえば、アドベンチャーランドに隣接したものは岩場をイメージ

している。一カ所の「水飲器」には必ず高低の差をつけた二つの水栓があって、それが八の字を書くように向き合っている。車イスの人は、車イスの先が入り利用しやすい高い方を、子どもたちは低いほうを利用すると便利だ。高いほうを利用する親とちょうど目が合うような位置で、ほのぼのとした感じになる。「公衆電話」もやはり、低い位置についている。音声で明瞭に聞こえるシルバーホンも園内に一六台設置されている。園内一六カ所にある「レストルーム」にもさまざまな工夫がある。車イスが便座に接近しやすいように、床と便座の間にスプーサーをとりつけたり、扉をより軽いものに替えたり、扉の内側にカーテンをつけたり、使う人の身になった細やかな気配りが感じられる。

### ゲストの声に耳を傾け、ソフトを維持する

こうした工夫にヒントを与えてくれるのは、常にゲスト自身である。屋外の「触地図」は最初は金属製だった。夏に「熱くて触れない」と指摘を受け、合成樹脂のものに替えたといい。「車イス用トイレ」のドアの内側にカーテンをつけたのも「ドアを閉めると圧迫感がある。カーテンだけでつかいたい」という声を受けてのことだ。「本当に、目からウロコ」という思いをすることが多いんです」と、浅井氏は言う。アトラクションの説明をするキャスト(従業員のこと。TDLでは、全体をひとつの巨大なステージとし、ハード、ソフトのすべての要素がテーマに沿ったショーを演じているとして、そこで働く従業員をキャストと呼ぶ)が、マイクを口に近づけたら、聴覚障害をもつ人から「唇の動きが見えない」と指摘され、以来マイクを口から離すようになったというエピソードもある。

「だから、ゲストの声にはとても敏感だ。メインストリート・ハウスを訪れるゲストとの会話、ゲストからの

レター、さまざまなイベント」ことアンケート、あるいはパーク内で困っている方には積極的に声をかけて要望をうかがうなどの中から、改善のヒントをつかみ、改善に結びつけている。

ハードの改善と同時に力を注いでいるのがソフトの維持である。担当者が替わってもゲストに対するTDLの思想が引き継がれるように、部門ごとに手話の教室を開いたり、高齢者体験をするなどの活動もしている。運営本部の運営企画室を核として整備や食堂、商品など各部門の担当者が委員会を組織し、吸い上げたゲストの意見を各部門に伝える役割をはたしている。開園当時、アメリカのディズニーランドからバリアフリーの知識と技術を導入したTDLは、開園当時の日本では比較的バリアフリー度の高いテーマパークだった。だが、浅井氏は言う。「最初が一番遅れているんです。永遠に未完成という気持ちで毎日改善を続け、すべてのゲストにまた来たいという気持ちをもっていただけるようにすることが、最も大事なことでないでしょうか」。

### 全情報を徹底的に伝えてサポートする

バリアフリーを進める哲学と行動力はもちろん、そのほかにも大事なことがある。情報をゲストに届けることだ。「車イス用レストルーム」や「触地図」はどこにあるのか、ベビーカーや車イスを借りる方法は、盲導犬の排泄については、心臓が弱い人や小さな子どもが楽しめるアトラクションは何か、などを知らせるために、TDLはA4判、オールカラー、四四ページの「東京ディズニーランド・インフォメーションブック」をつくった。総面積八〇・一ヘクタールのパークにある四六のアトラクション、六一のショップ、五三のレストランの情報、使いこなし方を事細かに伝える冊子で、インフォメーションセン

ターに問い合わせをした人に無料で送付している。チケット案内、交通案内、緊急時案内、アトラクション、ショップ、レストラン、エンターテイメントでの障害をもつ人にとつての制限や注意、上手な利用方法といった情報が、写真、イラスト、マップとともに徹底的に提供された非常に質の高いものだ。最後のページには「ユニユニケーションカード」があり、これをキャストに提示すれば、筆談などで対応してくれるので聴覚障害をもつ人も安心。障害をもつ人だけでなく、もたない人にとつてもこのうえなく便利なこの冊子は、TDL独自の企画による。日本の高齢者、障害をもつ人はアメリカに比べて閉じこもりがちであるため、それぞれの体力や能力に合わせて楽しめる場があることを知らせたい、という思いがカタチになったものといえる。

また、高齢者向けのイベントもおもしろい。今年は敬老の日に六〇歳以上一五〇組のゲストをダンスパーティに招待したら、一三〇〇通を超える応募を得た。最高齢は八八歳を超えていた。この十月には六〇歳以上のゲストと同伴者を対象に割引率を高めた「グランドライフファミリーパスポート」を販売。障害をもつ人や高齢者を特別扱いするのではなく、ほんの少しサポートをすることで、若い人や体力のある人との間にあるバリアがとれて、みんなが自然に笑顔になる。そういう好循環が働いているから、TDLでは、車イスの貸し出し台数もゲストの滞在時間も伸びている。

#### ▶ DATA

- 「バリアフリーガイドブック」99年版／日本経済新聞社
- 「機械振興」1998.9 機械振興協会
- 「TOKYO DISNEYLAND DIARY」98-99 オリエンタルランド広報室
- 「東京ディズニーランド・インフォメーションブック」／同上

## ケース2◆倉敷チボリ公園

### 自然と人、人と人との共生が育てているやすらぎのバリアフリー

一八四三年にデンマーク、コペンハーゲンに生まれたチボリ公園は、あらゆる人にやすらぎを与える魔法の公園として、いまなお人気が高い。このチボリ公園と提携し、その伝統と精神を受けついでデビューした都市型テーマパークが「倉敷チボリ公園」。「ハートフル」をテーマに一九九七年七月のオープン以来、障害をもつ人、もたない人、高齢者に優しいハードとソフトの提供によって幅広い層の支持を集めている。倉敷チボリ公園の建築物は「ハービル法」(高齢者、身体障害者などが円滑に利用できる特定建築物の建設促進に関する法律)に基づいて建築され、外溝施設については岡山県土木部の「高齢者に配慮した公共土木施設のあり方」を遵守してつくられている。まず、建物の出入口と通路の段差がない。廊下の勾配は一二分の一以下という基準を守ってつくられているので、足元が不安な人、車イスをつかう人、小さな子どもにも安心だ。二階建以上の建物には必ずエレベーターが設置されている。車イスに乗った位置で操作ができるバリアフリーのエレベーターである。公園内には車イスで利用できるトイレが一六カ所。カルケバレン劇場前、チボリタワー前、ラテラス前にはスロープが併設され、自分にとって都合のいい方を選択した自然な人の流れが生まれている。一八〇センチ以上の幅を確保している園路の勾配はほとんどの場所で四パーセント以内。広さとフラット感が安心感をもたらしてくれる。子どもの遊び場、ピクニックエリアの水飲み場は車イスに座ったままで利用することができる。建物の中でも外でも車イスが自在に移動できるハードがあると、障害をもたない人の動

きも自在になる。ゆとりが人の心に解放感をもたらしてくれるのだ。また、「こに」といっていると、自然と人間が一体となるのを感じる。一二ヘクタールの園内には、五万本の樹木が茂り、四季折々に二五〇種類の花が咲き、一五カ所の噴水がさわやかな水音をたてている。そこに一〇〇〇台のベンチが用意され、さまざまなアトラクションを楽しんだ後、人は木陰で憩うことができる。

そのほか、貸出用車イスが四〇台あって無料。身体、知的、精神に障害をもつ人に対する優遇制度は手厚く、入園券(大人二〇〇〇円、六五歳以上の高齢者一〇〇〇円)などの入場チケット類は半額。介護者一名も入園無料。つきそいを必要とするアトラクションについてもつきそい者は無料。つきそいはないが手を貸してほしいときには、園内の「コントローラー」(園内を巡回して案内、迷子の世話、遺失物の取り扱いなど)をしているスタッフがすぐさま飛んできてくれる。障害をもつ人には手を貸してこそフェアになる、そこから同じ楽しみがはじまるという考え方である。

そのほか、点字表示の公衆電話、点字ガイドマップの無料貸し出し、流動食、ミキサー食、きざみ食などの特別食の用意(団体の場合)などのサービスがある。

こうしたハード、ソフトは日々見直され、進化している。開園以来、この公園の春夏秋冬をビデオ撮影している中年の夫婦は言う。「こにはまだ赤ん坊みたいなもの。年月をかけて大人になるのを温かく見守りたい」。「倉敷チボリ公園」のバリアフリーは自然と人、人と人との共生で育てられている。

#### ▶ DATA

- 「バリアフリーガイドブック」99年版／日本経済新聞社
- 「TIVOLER」1999 SUMMER
- 「ガイドマップ」倉敷チボリ公園 <http://www.tivoli.co.jp>

●チボリ・ジャパン株式会社  
岡山県倉敷市寿町12-1

## ケース3 ◆パレスホテル

# 誰にとつても利用しやすい環境づくりを 追究した結果としての「マスターズフロア」

東京・千代田区、皇居のほとりにたたずむパレスホテル。昭和三六年開業の老舗であり、宿泊客には熟年のエグゼクティブが多い。その宿泊客に好評なのが、障害をもつ人や高齢者に対応できる「マスターズフロア」の客室である。同ホテルは、一九九七年、九八年にわたって三階から九階までの客室フロアのうちの七階部分五七室すべてを改修した。「特別な人向け」という評価を受けるとちよつと戸惑います。力のない人に使いやすいものは力のある人にも使いやすい。「マスターズフロア」は、すべてのお客さまに、パレスホテルに泊まるとしても楽しくつるがる、と感じていただくためのとりくみのひとつなんです」と、取締役施設部長の岡田光郷氏は言う。

### 大きなカギ、安心のバスルーム、家具の把手

ゆつたりしたエレベーターホールから広い廊下をへて部屋まで行くと、まず「カギ」が違う。両面差し込み式だから手元が見えにくくても差し込む向きに迷うことがない。直径三五ミリというビッグサイズの握り部分のおかげで小さな力で回転させることができる。「ドアノブ」の握り部分も大きく、力を入れずに簡単に開けることができる。部屋に入る。バスルームへのアクセスを含め、すべてバリアフリー。「バスルーム」内の工夫は数多い。バスタブに腰を沈めて楽に手を伸ばせる位置に非常用コ

ールボタンが設置されている。入浴中に気分が悪くなるなどトラブルが発生したときには、これを押すと二階のフロントと七階のステーションに連絡できる。バスタブの底には滑り止め加工がほどこされ、バスタブから身を起すのに楽な握りバーも設置済み。シャワーブースの中のシャワーフックはスライド式で、自分の好みの位置でつかうことができる。洗面台下の板はとりはずし可能で、はずすと車イスに乗ったまま水栓レバーまで楽に手がとどくようになる。この水栓レバーは、指一本で軽く動く。トイレは車イスにも対応できるタイプのウォッシュレットだ。室内の「家具」にも注目したい。チェストやクローゼットの扉には凸状の把手がつけられ、指の力が弱くても簡単に開けることができる。

ひとつひとつは目立たない小さな工夫だが、実際に使ってみると使い勝手のよさがよくわかる。たとえば、従来の「カギ」は握り部分が二三ミリで片面差し込み式だった。これを三五ミリにすると本当に手応えが軽くなつて使いやすい。「ドアノブ」の軽さも同じだ。「バスルーム」内のコイルボタンや握りバー、滑り止めなどの設備は使う人に大きな安心感を与えてくれるし、水栓レバーの軽さも思わずうれしくなってしまうほどだ。従来の「家具」には把手がなく凹状の部分に指を入れて引き出していたが、これも改修で使いやすくなった。宿泊客からの感謝の手紙も届いた。「ホテルの部屋のカギ

が使いにくくて困っていたが、この大きなカギは大変使いやすいと助かった」と、他のホテルと比較しながらほめてくださったという。

改修にあたっては社長自らが陣頭指揮をとり、岡田氏をはじめとする経営陣も現場を見、車イスを使っている専門家の意見を聞きながらカンカンガクガクで内容を決めた。非常コイルボタンの位置はどこがいいのか、水栓レバーは本当に指一本で動くのか、車イスに乗ってバスルームにスムーズに入れるか。「私どもがこれだいいと思つても、これでは車イスからトイレに移れない、バスタブの握りバーが太すぎると病院みたいで落ちつかないなど、専門家の感覚はずいぶん違うんです。「マスターズフロア」をつくりながら、スタッフ全員が障害をもつ人や高齢者の方々の目、感覚を肌で感じることもできるようになりました。そして仕上がったこのフロアは若い人も含め、誰にでも楽で使いやすい」と、岡田氏。確かに、どの部屋も特別な感じはしない。「家具」の把手はデザイン性が高く、シンフルな握りバーもホテルの雰囲気と合わせていない。それでいてとても心地いい。実際、若い宿泊客もこのフロアを利用している。

また、改修後も定期的にメンテナンスし、レバーや扉のマグネットなどが改修時と同じように軽く動くかどうかをチェックしている。それだけに、宿泊客の評判はよく「七階のフロアを」という指定が増えてきている。ち

なみに、このフロアの宿泊料金は他のフロアの同タイプの部屋と同じ。パレスホテルは、将来的に「マスターズフロア」をスタンダードとして、全フロアの改修を進めたいとしている。定期的な補修、改修の時期に重ねていくので、バリアフリーのために特別な予算を計上する必要はない、ということだ。

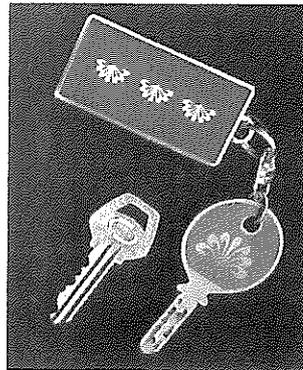
### 自らの体験、宿泊客の感謝がソフトを強化

さて、パレスホテルにおけるソフトのバリアフリーはどうか。まず、サービス部門のスタッフ全員が「普通救命資格」をもっている。この資格は三年で切れるので、その都度また講習を受けて更新している。人形を使った勉強会も定期的に行って、宿泊客の非常時に備えている。「手話教室」も定期的に開講し、手話のできるスタッフが揃っている。同ホテルは都内ホテルでもっとも早くから盲導犬を受け入れたことでも知られるが、いまは介助犬も含めて受け入れ、犬の扱い方についての講習会も実施している。また、目をふさいだままコーヒーを飲んだり、車イスにのって館内を移動してみるなどの「バリアフリー研修」も行っている。これによって、スロープがあっても車イスの人が自力でそこを上るのはなかなか大変だということに気づき、車イスのお客さまがスロープに差しかかると近くのスタッフがすぐに駆けつけるなど、ホスピタリティ・マインドを向上させているという。

ホスピタリティ・マインドを高める制度としては「スマイル・コンテスト」「ふれあいカード」がある。「スマイル・コンテスト」は毎月一回、部門別の投票で笑顔のステキな人を選び、ハートをデザインしたバッジを授与するもの。「ふれあいカード」は宿泊客に喜ばれたことを自分でメモして上司のコメントをつけてみんなが見るボードに貼るもので、サービス向上のためのノウハウ共

有に成果を上げている。このほか、宿泊客からのレターや電話、客室内にあるシートを使ったサジェスション・レターなどを通して宿泊客のニーズをすい上げ、できるものから対応している。

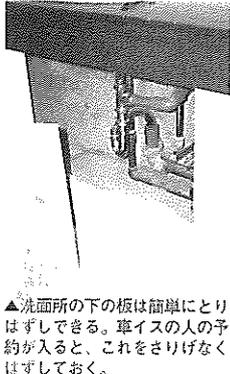
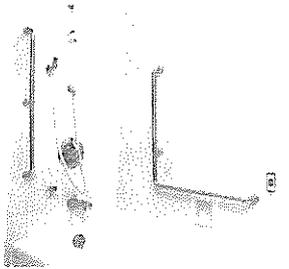
高齢化社会の進展にともなう「車イスのお客さまの数は本当に増えましたね」と、副総支配人の坂田正人氏は感じている。それだけに、ハード、ソフトの「温かいおもてなし」が求められる。それを追究していった気がついてみたら、すべてのバリアがなくなっていた、ということになりそう。



▲従来のカギにくらべて、握り部分がグンと大きくなっている。指先に力を入れてなくても、カギ穴に対して大きな力が働くからカギが掛けやすい。

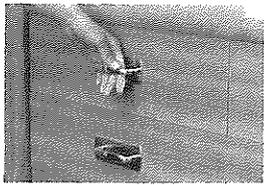
◀シンプルなゴールドの把手。凹部に手を入れて引き出すタイプをこれに変えてからチェストもクローゼットも開けやすいと好評。部屋がゆったりしているので、凸部がじゃまになるようなこともない。

▼バスルームの握りバーは十分な機能を発揮しながら、誰にとっても目ざわりにならないシンプルさ。非常用コールボタンの位置を決めるのにも時間をかけた。



▲洗面所の下板は簡単にとりはずしできる。車イスの人の予約が入ると、これをさりげなくはずしておく。

▶ DATA  
 ●『バリアフリーガイドブック』99年版/日本経済新聞社  
 ●『THE PALACE』ほか NEWS RELEASE



### ケース4 ◆ 京王プラザホテル 多様でハイレベルな高齢者のニーズを満足させるホスピタリティ

京王プラザホテルの大きなテーマは「個人マーケットの掘り起こし」だ。高齢者はその重要なマーケットのひとつで、同ホテルの分析によれば①余暇時間がたくさんある、②資産をもち可処分所得も比較的多い、③人生経験が豊かで「技」をもつ、という特徴をもつ。時間とお金に恵まれ、教養が豊かで多趣味、ということ、マーケットとして魅力的だが、その多様でハイレベルなニーズを満足させるサービスの提供は難しい。だが、このマーケットのニーズにこたえられることができれば、他のマーケットのニーズにも対応できる。

そこで、京王プラザホテルが取り組んだこと。ハード面では、「ハンディキャップルーム」(新宿一五室、八王子二室)を用意し、車イスでも通れる幅の広いドア、バスルーム用のイスや手すり、トイレの握りバーなどを設置した。客室のドアのノック音などを光と震動で感知することができ、「コミニケーション」も導入。聴覚に障害をもつ人だけでなく、高齢になって音が聞こえにくくなった人にも好評だ。ソフト面では、「ホスピタリティチーム」の結成。高齢者の参加が増えている「お正月プラン」に合わせ、若手社員一〇人がチームを組み、車イスの人のケア、会場への送迎、各イベントへの案内、インフォメーションセンターでの応対などに当たっている。質の高いホスピタリティに対して、数多くのサンクスレターが寄せられているという。また、館内のレストランでは、フランス料理のソースを軽めにする、中国料理は薄味にするなどの配慮をして、高齢者の味覚を満足させながら健康志向の顧客にも評判を呼んでいる。

▶ DATA  
 ●『週刊ホテルレストラン』1997.5, 1998.11 オータバブリケーションズ  
 ●『月刊観光』1998.7 日本観光協会  
 ●株式会社 京王プラザホテル 東京都新宿区西新宿2-2-1

# ケース5 ◆近畿日本ツーリストのクラブツーリズム 高齢者を核に、障害をもつ人・もたない人の 支え合いが つくる「バリアフリーの旅」

近畿日本ツーリストのクラブツーリズムは「仲間づくり」をコンセプトにした旅である。キーワードは、仲間づくり、自己実現・自己表現、楽習、健康、コミュニティ活性、地球交流、バリアフリー、自然共生、文化・歴史継承、途上国支援。「バリアフリーの旅」に着目してみよう。

## 「あきらめていたことができた喜び」を提供

基本的な考え方は「同じことに興味のある人は、障害をもつ、もたない、高齢者、若年者にかかわらず、みんな仲間」ということ。テーマがある。テーマに人が集まる。高齢者や障害をもつ人も参加を希望する。それならハード、ソフトのバリアをはずそう、と平成八年に生まれたのが「バリアフリーの旅」だ。

クラブツーリズムの旅情報誌『旅の友』を通じて近畿日本ツーリストの旅に参加した人に届けられてきた。その数は首都圏二五〇万世帯。そこから障害をもつ人と七〇代後半の高齢者を五万人抽出して、『バリアフリー通信』を届けている。

同通信が伝える「バリアフリーの旅」は、全行程リフト付きバスまたは車高調整バス利用、観光地をゆつたりと見学、できるだけ階段・坂・段差の少ない場所を観光、高齢者・障害者旅行の経験豊かな添乗員が同行、といった特徴をもつ。高齢なので半日コースを一日かけてゆつ

り回りたいという人もいるし、車イスだからほかの人に気兼ねするという人もいる。そこで高齢者向けの「やさしいたび」と障害をもつ人向けの「バリアフリーツアー」を用意した。午前中一カ所、午後一カ所といったゆつたりした行程。基本的に連泊。食事はあっさり味。利用するトイレの形態にも注意が払われている。添乗員(フレンドリースタッフ)は車イスの扱い方に慣れ、ボランティア体験もある。日常生活に不自由な人のひとり旅では、「トラベルサポーター」に介助をたのむこともできる。サポーターの登録者は現在二五〇名。医者、看護婦、ホームヘルパー、教員、リタイアした会社員、主婦など、五〇代から六〇代の人が、自分の希望する旅に介助を求め、それがいた場合に介助内容を話し合ったうえで仕事を引き受ける。サポーターの旅行代金の約半分は介助される側の負担で、残りが本人負担。彼らは介助するだけの人ではなく、ともに旅を楽しむ感動を分かち合う仲間だ。

こうした旅への参加者は年間一〇〇〇人を超え、毎年倍々の伸びを示している。八〇歳代の参加者もいる。障害をもつ人が「バリアフリーツアー」に参加するにあたっては、最初は家族が心配するが、説明を受けると九割が申し込むという。旅の内容に納得し、同じ気持ちの仲間会って安心するのだろう。たとえば、今年で五回目になる「カルフォルニア・アイズ・ニールランドツアー」は、障害をもつ人五〇〇人、もたない人四〇〇〇人、現地の交通遺児

(招待)五〇〇人の総勢五〇〇〇人でアイズ・ニールランドの夜を貸し切るビッグなプラン。そのほか、目の不自由な人が盲導犬と一緒にオレゴンで乗馬を楽しむ旅などアクティブな企画もある。

このほか、近畿日本ツーリストは「障害をお持ちの方の旅」基本中の基本」を発行して、障害をもつ人に旅のガイドラインを提供している。実際に参加した人は「行きたいけれど行けないとあきらめていた海外旅行に行くことができた。楽しい旅行、やればできるという自信の二つが大きな収穫になった」とうれしそうだ。「一度行くつもりピーターになって、年に五、六回参加する人もいます。マーケットはまだ小さいが、だいぶノウハウを積んだので今後はそれを拡大して大きなビジネスに育てたい」と、クラブツーリズム事業本部営業部福祉課課長の橋本文雄氏は言う。旅という場でのノーマライゼーションが、社会全体に及ぼす波及効果にも期待できる。

### ▶ DATA

- 『バリアフリーガイドブック』  
99年版/日本経済新聞社
- 『旅の友』1999 September  
近畿日本ツーリスト  
クラブツーリズム事業本部
- 『バリアフリー通信』  
第6号/同上
- 『バリアフリー通信』  
Vol.8/同上
- 『クラブツーリズム2010』/同上
- 『障害をお持ちの方の旅  
基本中の基本』  
近畿日本ツーリスト  
企業文化企画部

●近畿日本ツーリスト株式会社  
クラブツーリズム事業本部  
東京都新宿区西新宿6-3-1  
新宿アイランドウイング

## ケース6 ◆デンマーク／カナダ／京都ほか 福祉先進国に学ぶ、システムと こころのバリアフリー

デンマークは、障害をもつ人、介護を必要とする高齢者を含むすべての人の自立をめざす、福祉先進国として知られる。

社会福祉や高齢者の健康管理を担当するのは、日本の市に相当する「コミュニティ」。人口四万五〇〇〇人のネストヴェズでは、予算歳出の半分以上を老人と障害者、子どもと青年、公的援助関連に支出している。対高齢者施策に焦点を当ててみると、ハード面では老人ホーム、養老住宅、グランドフラットと呼ばれる高齢者用住宅、昼間の老人の憩いの場になる老人センター、訓練施設などの整備があげられ、ソフト面では文化・娯楽活動、個人住宅での二四時間ケア、ホームヘルパー、ホームナースなどのサービスの拡充がある。

一連の施策がめざすのは、寝たきりの高齢者がいない社会だ。「治療よりも予防」を重視し、高齢者はもちろん、同居者がいる場合はその協力も得て、誰もが元気で生き生きと暮らせる社会を築く努力をしてきた。生活に必要な補助器具（車イスから立ち上がるのを助ける器具、車イスを早く動かすことができる器具、座位から仰向けにゆっくりと倒せる椅子など）は「コミュニティ」が無料で貸し出し、「コミュニティ」にないものは、日本の県にあたるアムトが設立している「補助器具センター」に行けば手に入る。そこには、約三〇〇〇種類もの生活補助器具が用意されている。また、この国は、下水処理、ゴミ問題などに関する厳しい基準でも知られる。「すべて

の人に心地よい」社会の実現には、自然と人間の共生が不可欠。新世紀のあるべき姿において、バリアフリーとエコロジーの視点は一緒なのだ。

また、自立という観点でバリアフリーを考えると、サポートを受ける側の姿勢も重要になる。かつて専門知識のない職員がカタログで補助器具を選んだところ「使いにくい」という苦情が相次いだという。そこで、センターが設立され、作業療法士、理学療法士、溶接板金技術者などが職員として働くようになって、一人ひとりに合う器具の選定、手作業での改良、使い方指導が可能になった。バリアフリーは、障害をもつ人もたない人の間のこころのバリアがとれてこそ進む。

同様の意味で、カナダの小都市キングストンの様子も興味深い。この街の中心部に近いところに精神的なハンディをもつ人の施設があり、ボランティアの市民がさまざまな方法で手をさしのべている。車イスの人や杖を必要とする人も多い。道路や建物のバリアフリーが進んでいるのはもちろん、何か不都合があれば周りの人がすぐ手をさしのべるし、さしのべられた手を率直に受けとめる文化もあるのだ。

バリアやバルセロナなどヨーロッパの古い街も同じ。ハード的には石畳や階段の多い建物が残っているも、そこへ車イスの人がどんどん出ていく。バリアを前に立ち往生することはない。彼らはサポートを求め、周囲はすぐに応える。その流れは実にスムーズである。

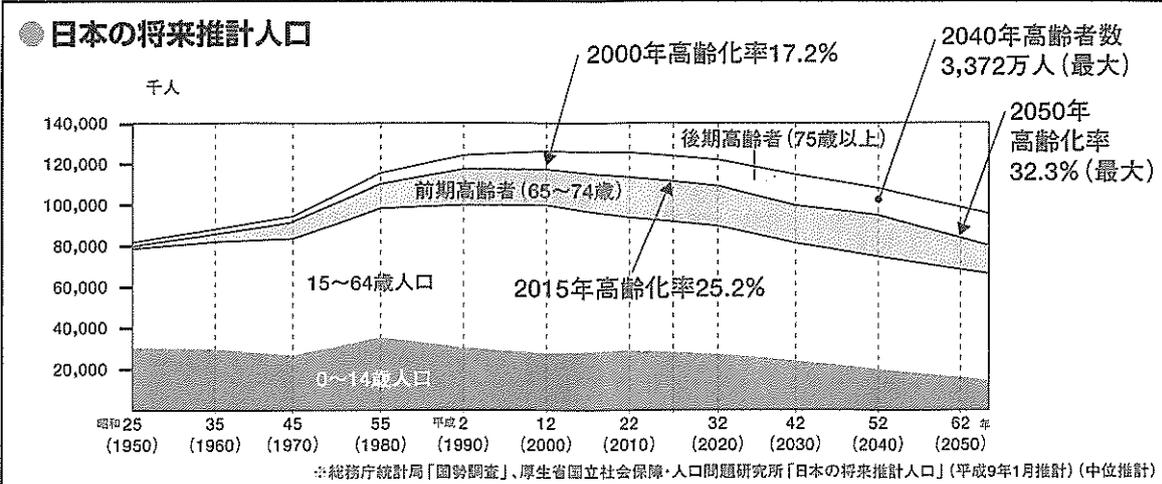
日本の古い文化都市、京都も変わりはじめている。平成七年策定の「人にやさしいまちづくり要綱」によって、一定規模以上の修復を行うときには、建物内の段差をなくしたり、点字ブロックを敷くなどが進んでいる。高齢者や障害をもつ人が住宅をリフォームしたり必要な設備を整えるのを支援する制度もある。行政だけではない。民間の専門機関や団体が住宅リフォームの相談にのったり、京都市身体障害者団体連合会が「京都市ハンディマップ」をつくるなどの活動がある。これは、官公庁、公共施設、医療保健機関、宿泊施設、金融機関、大型商業施設、通信施設、観光施設などについて、スロープ、車イス専用トイレ、エレベーター、障害者用駐車場、点字ブロックなどの整備状況を表示したり、各施設の営業時間、定休日などの情報を紹介したもの。このほか、ボランティア団体「ぬくもりの会」が市内一〇〇施設を点検し、車イスでのアクセス状況を調査するなど、街ぐるみの活動に注目したい。

### DATA

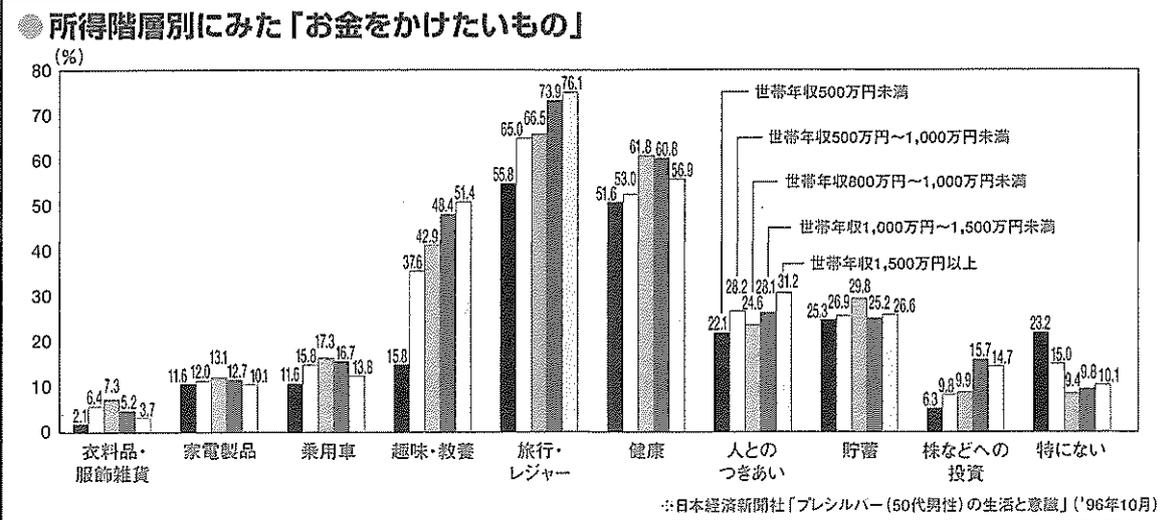
- 「デンマークの展示会から」1999.6.21 日本経済新聞
- 「九州における新社会資本整備の課題と戦略」1996.3/九州地域農業活性化センター
- 「Report by R. Murata」1999.9.4/村田涼子（東京大学）

●本稿は、公表されたデータをもとに、研究テーマにそって小誌が分析・評価したものです。

# バリアフリー・マーケットに関するデータ



今後、高齢化と少子化が同時に進行。2015年には高齢者人口は3188万人、高齢化率は総人口(1億2644万人)の25.2%に達し、国民の4人に1人が高齢者という本格的な高齢化社会が到来する。厚生省「将来推計人口」でみると、前期高齢者人口は2016年の1698万人をピークに、その後は減少していく。一方、後期高齢者人口は増加を続け、2022年には前期高齢者人口を上回るものと予測している。つまり、高齢者の中でも75歳以上の人の割合が増えていく。



「趣味・教養」や「旅行・レジャー」など高所得者層ほどサービス関連にお金をかけたいと思っている。

## ●過去一年間の旅行参加に対する、健全者と障害者の比較

①旅行参加への意欲

		参加希望率	参加率
国民全体	国内旅行	*1 76.8%	*2 59.0%
	海外旅行	*1 48.9%	*2 13.5%
障害をもつ人	国内旅行	*3 85.1%	*4 64.2%
	海外旅行	*3 85.1%	*4 5.0%

(出典) \*1、\*2:平成9年4月・財団法人余暇開発センター「レジャー白書'97」  
\*3、\*4:平成5年3月・社団法人日本観光協会「障害者の旅行に関する実態調査報告書」

②国内旅行参加回数

旅行回数	*1障害をもつ人	*2国民全体
1回	20.7%	34.0%
2回	27.5%	24.3%
3回	22.7%	13.5%
4回以上または不明	29.2%	28.2%

(平成4年~平成5年の1年間に国内旅行した人の旅行回数)  
(出典) \*1:社団法人日本観光協会・平成5年3月「障害者の旅行に関する実態調査報告書」  
\*2:社団法人日本観光協会・平成5年4月「観光の実態と志向」

障害者の旅行参加希望率は、健全者よりも高く、実際の参加率でも、海外旅行においては健全者に比べて、半分以下であるものの、国内旅行においては健全者より高い。

## ●各国別ホテルにおける障害者対応客室の全客室数に占める割合(整備率)

国名(地域名)	サンプル数(A)	全室数(B)	障害者対応客室数(C)	整備率(C÷B)
日本	100	31,449	170	0.5
香港	10	5,100	43	0.8
シンガポール	5	2,304	12	0.5
タイ	3	1,502	4	0.3
韓国	3	1,400	28	2.0
中国	2	914	10	1.1
台湾	1	108	1	0.9
オーストラリア	27	9,391	78	0.8
ニュージーランド	11	2,313	51	2.2
グアム	5	2,505	46	1.8
サイパン	2	680	5	0.7
アメリカ東部	34	31,435	913	2.9
アメリカ南部	37	32,743	845	2.6
ハワイ	23	14,805	326	2.2
カナダ	17	10,346	194	1.9
イギリス	11	4,280	47	1.1
フランス	7	2,356	35	1.5
ドイツ	10	4,340	24	0.6
スイス	8	2,230	16	0.7
オーストリア	9	2,384	23	1.0
イタリア	3	714	15	2.1
スペイン	2	730	6	0.8
ベルギー	2	417	5	1.2

※サンプル数は障害者対応客室をもつホテル。日本は'94年10月現在、その他は'95年6月現在。

ホテル・旅館など宿泊施設でのバリアフリーの整備・充実、そして使いやすさが求められているが、米国のバリアフリーは90年のADA法の制定により、大きく前進し日本よりも20年進んでいるといわれている。

# 超高齢社会の旅行サービス 移動と宿泊のバリアの実態を理解し ハード・ソフトの整備を進めたい

株式会社日本交通公社  
トラベルネット・デスク  
(旧 株式会社トラベル・ネット  
統括部長)

**今西正義氏**  
いまにしまさよし

1949年東京生まれ。高校3年で  
頸髄損傷。社会福祉法人東京コ  
ロニー・コロ情報処理センター  
のSEと並行し、障害者の生活の  
質の向上をめざす社会整備に取  
り組んできた。95年、(株)トラ  
ベル・ネット設立に伴い移籍。バ  
リアフリー・ツアー開発中。



迫りくる超高齢社会。加齢による障害をもつ人も増える。彼らのいちばんの楽しみといわれる「旅行」を核に、社会を活性化させるにはどうしたらいいのか。自らも障害をもち、電動車イスで世界中を駆けめぐってバリアフリー・ツアーを開発している、(株)トラベル・ネット(10月からJTBTraベルネット・デスク)の今西正義氏に、旅行サービスの現状と21世紀への課題について伺った。

## 障害があっても高齢になっても 自由に動ける「バリアフリー」

私は、本日どうやってここまで来ようかと考えました。早稲田で用事があったので、高田馬場に出て山手線を使って渋谷まで来ることにしました。高田馬場にはエスカルという階段昇降機があります。これを使って渋谷に着いて、一方から入ってもう一方に出るスルーエレベーターに乗りました。本来ならそのまま改札口を出て宮益坂を上がってくればいいんですが、残念ながらエレベーターは外回りにしかついていない。そこで、エスカレーターで一度上の階に上がったから外回りの方に下りて、そこからエレベーターを使って改札口に出ました。車イスに乗っていると、そうでない人に比べてこんな具合に遠回りをしなければならぬというの、日本の現状です。車イスの人だけでなく、高齢の方が旅行に出ようとすると、このようなアクセシブルの問題が非常に大きな壁になります。そのために、テレビや新聞などが毎日のように紹介している、秘湯の旅、おいしいもの、すばらしいホテルなどは、障害をもっている人、高齢者にとっては縁遠いものになっています。温泉に入りたい、海外旅行に行きたい、という人はたくさんいます。でも、どうやってそこに旅行するのか。旅館に着いても、上がり框をどう通過するのか、本当に温泉につかることができるのか。そういうことを考えると、なかなか実行に移せません。

そうした状況にあっても、大変な苦勞をして何とか旅行に出る人がいます。それは、旅行を通していろいろな人と知り合ったり、いろいろな文化にふれ合うことができるからです。そういう機会というのは、本来、障害があるのが高齢になろうが、誰にでも必要なことだろうと思います。そういう機会を一般の人と共有できる環境をつくることこそ「バリアフリー」の実現になるのだと思います。

## 障害をもつ人と高齢者の 七七八万人のマーケット分析

平成七年に、運輸省の観光政策局のなかで、今後の観光政策の基本的な方向についての答申が出されました。答申は「すべての人には旅をする権利がある」として、障害をもつ人、高齢の人たちが旅行するための促進策、ハード面の整備をシステムとして構築しよう、とうたっています。移動の問題、宿泊の問題があるなかで、「旅をする権利」というものがうたわれたのはこれがはじめてです。

では実際、障害をもっている人たちは日本のなかにもどのくらいいるのでしょうか。データによれば、日本で障害をもっている人は約五七七八万人です。高齢による痴呆や身体障害をもつ人は約二〇〇万人います。障害者を分類すると、身体障害者は三一八万人、知的障害者は四一万人、精神障害者は二一七万人です。日本の場合は障害者手帳をもって障害者と認定され

ている人が、人口比で四・六パーセント。欧米では九から一〇パーセントになっています。身体障害についてさらに詳しく分類すると、肢体不自由、視覚障害、聴覚障害、内部障害になります。五年に一度行われている厚生省の身体障害者実態調査によれば、肢体不自由の人は一六五万人、視覚障害の人は三〇万人、聴覚障害の人は三五万人、心臓や腎臓などの内部障害の人は六二万人。障害の重度化、障害をもつ人の高齢化が進む傾向にあります。

こうした人たち、人数でいえば約七八万人が旅行に参加するわけです。平成五年の日本観光協会の調査では、高齢者は「見聞を広めたい」「気分転換をしたい」と、どんな旅行に参加しています。健康に不安がある、と答えた人でも五六パーセントが参加する、という実態です。また、同時期同協会が障害をもつ人に対して行った調査では、障害の種類を問わず九割近い人が国内・外の旅行に参加したい、という希望を示しています。平成九年の国内旅行は二・六回。パッケージツアーの普及に伴って海外旅行をする人の数も非常に増え、年間一六八〇万人にのぼっています。そのなかに、高齢者や障害をもつ人がしっかりと位置づけられています。こういう人たちが旅行する場合に受け入れ側として準備すべきことなどを考えるために、障害の種類や特性を知っておく必要があります。

肢体不自由の人たちにとっては、移動

の制限が非常に大きな問題です。私のように下肢に障害があると、とくに垂直移動が問題です。乗り物、ホテル、観光地のいずれの場所でも垂直移動の確保をどうするかを考えなくてはなりません。視覚障害、聴覚障害の人にとっての問題はコミニケーションです。視覚障害の人のためには点字がありますが、途中で失明した人は点字が使えらる限りません。聴覚障害の人と同じで、すべての人に手話が通じるわけではありません。中途失聴の人には、指文字、口話、筆談などのほうが多い場合が多いのです。ペースメーカーを入れた人や人工透析をしている人もいます。見た目は健康な人と同じですが、内部障害と位置づけられています。IQが七〇以下で知的障害の人というのは、環境の変化などで生活のリズムが崩れることでパニックになりがちです。また、ともすると、てんかんを伴います。二年ぐらい何ともない人は大丈夫ですが、しばしばてんかんを起こしている人は、飛行機に乗ったときに気をつけなくてはなりません。精神分裂症、躁鬱症、神経症といった精神障害をもつ人は、薬でコントロールしていることが多く、この人たちもまた、生活のリズムが崩れるとストレスを感じやすいので、気を配る必要があります。

### 写真で見える海外と日本の移動手段のバリアフリー度

では、実際にいま現在、障害をもつてい

る人が旅行する場合、国内・外の受け入れ体制はどうなっているでしょうか。

最初に移動の手段ですが、飛行機、新幹線、その他の公共交通機関、リフト付きのバスやタクシーなどがあります。リフト付きの観光バスは、通常のバスの真ん中や後方にリフトが付いていたり、完全に後ろが開くようになっていたりします。リフト車の内部は、壁側に一〇〇ボルトの電源があったり、下に車イスを固定するフックをかける場所があったりします。概ね三〜八台の車イスが固定できるようになっています。バスによっては車イス用のトイレもあります。日本にあるリフト付きのバスは全国でまだ七〇台ぐらい。そのうち、車イス用のトイレが付いているのは一台。有料道路には車イス用トイレがたらくさんありますが、有料道路をはずれた場合には、やはりバスのなかにトイレがあると安心です。

で困るのは、やはりトイレ。これは非常に狭いです。また、日本ではクルーの人数などによって車イスの人の搭乗人数に制限を設けています。さらに、電動車イスの場合にはバッテリーの問題があります。液体バッテリーは危険物扱いで、搭乗するときには必ずなくてはなりません。ところが、空港の職員の人たちがまだバッテリーの操作に慣れていないので、到着したときにコネクタのつなぎ方がわからなくなることが多々あります。それで、車イスが動かなくなつたというケースもあります。同様に、携帯用の酸素ボンベも危険物扱いになり、ボンベの圧力を落とさなければ乗れない場合があります。人工呼吸器をつけている人では、電源確保が大きな問題です。血友病の人が注射針をもって飛行機に乗る場合に、針がチェックにかかるともありません。

長距離移動には飛行機です。飛行機の客室内にはボーディング・ブリッジやリフトを使います。それがなければ車イスの前後を二人がかりでもってタラップを昇降します。これは非常に危険です。階段昇降機を用意している空港は稀です。飛行機の中の通路は狭いので、いったん航空会社の小さな車イスに乗りかえてから座席に移ります。この車イスはとて小ざく、首の固定が難しいような障害をもつた人たちにとっては使いにくいものです。座るときには、可動式のひじ掛けがあるところを利用します。飛行機の中

成田までの移動では、ネットワークなどには車イス用の座席が設けてあります。ホームにはエレベーターがあります。車イスの人のためだけでなく、大きなスーツケースをもつた人も使えるようになると思います。ですが、いまは車イスが一台入るといっはという大きいです。在来線の特急を使う場合には、入り口や通路の狭さが問題になります。新幹線には、ドア幅九〇センチの車両が一両用意されていて、そういう車両には車イス用トイレもありです。ただし、団体旅行の場合には乗り込みの時間を計算して、入り口に数台ずつ配置しないといけません。また、新幹線に

は車イスで入れる個室がありますが、JRの端末では予約をとることができないので、駅長室に電話をして別枠で予約します。こうすることで、障害をもった人は介助する人と同じ席に座ることができます。ところが、最近の秋田新幹線などでは、このタイプの席は車イス一席分しかなく、介助する人はJR端末で別の席をとらなければなりません。その結果、介助する人とされる人の席が離れたり、違う車両になったりすることもあります。そのあたりのソフトの整備がJRの課題です。ホームまでの垂直移動はほとんどが階段です。エレベーターやエスカレーターがない駅では階段昇降機が用意されています。しかし、実際にホームの階段昇降機も乗ってみると不安を感じます。エスカルという階段の脇のレールのようなもの、これがゴンドラになるんですが、これは一部の駅に設置されていて便利です。海外の場合、ニューヨークには、つづら折りのようなスロープがあつてコンコースまで行けます。エレベーターのような個室は危険という事情もあるようです。

次に、自宅から駅、集合地までの移動、あるいは現地での移動をどうするかという問題ですが、これについてはリフト付きタクシイがあります。リフトで簡単に乗り降りができます。オーストラリアやカナダのバンクーバーなどでは、こういうタクシイを電話ですぐ呼ぶことができます。街も流しています。最近では日本でもこういうタクシイがあります。二四時間稼働して

いてとても便利ですが、東京で三〇台しかないで、予約がいっぱいで使えないことが多いです。今日もできればそれを使つてここに来たかったんですが、予約がとれませんでした。それから、街を走るリフト付き路線バス。アメリカなどではほとんどの車両にリフトが付いています。日本の場合はあつても一時間に一本ぐらいですから、すぐに乗れません。また、リフトは基本的に車イスの人専用ということで、歩行障害の人、バギーに赤ちゃんを乗せているおかあさん、高齢者などは使えません。そこで、最近出てきているのが、すべての人が使えるノンステップバスです。

### 対応の遅れが気になる 日本のホテル・旅館の課題

旅行のもうひとつの大きな柱は宿泊です。全国の旅館、ホテル、ペンション、公共の宿など約八万軒があるといわれていますが、整備が進んでいるのは一から二パーセント程度です。その情報を得る手段もなかなかありません。障害をもつ人向けの宿泊ガイドブックのようなものも出てきてはいますが、手に入りにくいし、手に入ったとしても、その情報をうのみにすることができないのが現状です。車イス用トイレがあります、ハンディキャップルームがあります、と書いてあつても、実際に使ってみると使えないものであつたりします。そのへんの情報の信頼性は、大きな課題です。

とくに問題なのは、ホテルや旅館の入り口です。フロントが一階と地下の間にあるような例では、チェックインするところから大変なわけです。客室についても、通常の料金では狭い部屋になります。ドアが車イスで通過できても部屋のなかでUターンができないので、入った向きのままバックして出る、ということになります。ツインの部屋の場合はベッドとベッドの間に電話に近づくことができない、という問題があります。ユニットバスでは、ほとんどのところに段差があり、ドアの幅も狭いので車イスでは使えないところが多かったのですが、最近では、段差がないユニットも増えてきました。おフロに入るとき、障害をもっている人や高齢者にとって必要な手がかりです。手すりの設置も増えていますが、大事なのは、どういうふうに付けるかということ。力を入れないような付け方では困るわけですが、団体などでは大浴場を利用しますが、大浴場に行くまでには階段、段差がたくさんあります。階段の脇にスロープを付けることで、車イスの人も大浴場に行ける旅館もあります。

障害をもつ人が利用しやすいハンディキャップルームも、最近では、大きなホテルでは一室ぐらい確保されるようになってきました。ドアは開き戸ではなく引き戸です。ドアのノブはバーノブで、握力がない人でも使うことができます。洗面台の問題もあります。車イスの人たちは膝

が洗面台の下にぶつかってしまうので、ある程度の高さが必要になります。海外のハンディキャップルームは、非常にゆつたりしたスペースをとっており、車イスで十分回転することができます。部屋数もひとつのホテルに一〇室、二〇室のところは珍しくありません。設備も多様で、外でノックをしたときにドアの内側にあるフラッシュが光つて聴覚障害の人に知らせたり、客室の真ん中に同様の機器を置いて緊急時の連絡用にしたり、ドアミラーにしても上下に二つつけて車イスに乗ったままを外を確認できるようにしたり、あるいはシャワーユニットとバスユニットとどちらでもオーダーできるようにするなど、ぜひ進んでいきます。日本でも、最近こうした設備が増えつつありますが、貧乏の子を使つて段差を解消しようとして、車イスの人にとっては、かえつて不便になってしまつた例などがあります。

大事なのは、その人がどんな障害をもっているのか、その程度はどのくらいなのか、介助する人がいるのかいないのか。そういう個々の情報を事前にしっかり聞いておくこと。それによって、その人に合ったサービスを提供することです。障害をもつ人の多様性に目を向けることは、改造したり、新たにものをつくるときにきわめて重要です。いろいろな障害が異なり、障害の具合がちがった人たちの声に耳を傾けてほしいと思います。

ニュージランドのスパでは、車イス専用の脱衣場があり、階段の脇に車イスを

付けて乗り移る形でおフロに入ることもできません。有名な観光地などでは、このように非常に整備が進んでいます。かんけつ泉をめぐる遊歩道も車イスで自由に移動することができません。案内図には車イスマークがあつて、通れるルートや危険な箇所が示されています。こうした設備は必ずしも立派なものである必要はなく、大工さん仕事で板を使つて簡単につくつたものでも十分に用が足りります。

何よりも気がかりなのは、車イス用トイレです。いま、日本でもほとんどトイレの整備が進んでいます。これは車イス専用ということではなく、多目的であるべきです。赤ちゃんを連れただおかあさんたちがオムツを交換するとき、夫婦のどちらかが脳血管障害などで片マヒになり異性間介助をしなければならぬようなときに使えるトイレであることが、今後どんな必要になつてくると思います。

海外の観光地では、古い建物に階段が多いですが、その脇に簡単なスロープをつける例が増えています。日本でも、歴史的な観光施設として唐津城に斜行エレベーターが付いています。文化財を改造するのは難しいので、仮設として取り付けて常設化していくというやり方では、善光寺などはそういうふうに対応しています。

## 法整備を進めて使える設備をつくり、正しい情報を伝えたい

このように、障害をもつ人が旅行をする

場合には、移動の問題、宿泊の問題など、まだまだ大きな問題がたくさんあります。何よりも、車イスの人を含めて、家から一歩出たときの移動手段、現地での移動手段、という移動の連続性の確保と、宿泊施設のなかでの動線上の移動の確保が課題といえます。設備を整備するにあつては、必ずそれを利用する人たちの声を聞いて、その声を反映させることが大事です。せつかくお金をかけてつくつたものがムダな投資になることのないよう、使う側にとつても便利であるようにしてほしいと思います。

現状で、旅行会社としてお客さんに対してすべきことは、どんな設備があるのか、それが使えるのか使えないのかをしっかりと把握して、早めに伝えるということ。段差は何段、何センチという具体的なことを知らせておけば、お客さんはそれがどの程度使えるのかを判断し、使えないなら自分で何を留意したらいいのかを考えることができます。直前ではそうした準備ができません。行つてからわかつたのではクレームになります。

また、国や自治体の取り組みも進んできています。一九九二年に、兵庫県で「福祉のまちづくり条例」が、九三年には駅舎の「エレベーター整備指針」により、一日の乗降客が五〇〇人以上で五メートル以上の高低段差がある新しい駅には共用型のエレベーターをつけることになりました。それまでは、ホームの片隅に鍵がかつた専用のエレベーターがありました。

しかし、そうではなくて、誰でも使える共用型のエレベーターをつくりなさい、という指針が示されたわけです。九四年には建設省が「高齢者や身体障害者が利用できる特定建設物の促進に関する法律（ハートビル法）」をつくりました。一方、アメリカでは、八六年に「航空アクセス法（ACAA）」がつくられています。日本の場合、航空機内の可動式のひじかけは三つぐらいですが、アメリカでは、半数以上を可動式にするように定められています。車イスの人の搭乗も制限してはいけな

いと、法律に明記されています。また、九〇年に、「ADA法」ができて、建物、移動、労働、通信の四つの問題について、障害を理由に断ることができなくなりました。九五年に、同様の「障害者差別禁止法」ができています。日本の場合は、これらと違ってガイドラインとまじりです。努力目標にすぎないわけです。「ハートビル法」は法律ですが、まだ網の目が大きく、これからは、もっと網の目の細かい法律をつくる必要があります。つい最近、運輸省が「高齢者・障害者の交通対策基本法」を検討中で、来年の通常国会に出されそうです。こうした取り組みを進めるにあつては補助も当然必要とされます。

## トラブル・ネットの取り組みと今後の業界に期待すること

私どもトラブル・ネットは、「すべての人

には旅をする権利がある」という観光政策局における答申を実践しようというこ

とで、九五年一月にゼンコ口、JTB、三菱商事の三社によってつくられた会社です。ゼンコ口というのは、障害をもつ人たちに働く場を提供しているところで、青森から沖縄まで一二の社会福祉法人が集まつて、福祉工場や授産施設といったものを経営しています。そこが母体になってるので、障害をもつ人が困っているのはどういふことか、それに対してどんな支援ができるかと考えることができるわけです。旅行とは、ある意味で建物、まちづくり、乗り物などの整備の延長線上に成り立っています。障害をもつ人が旅をすることができるよう社会的環境を整備することで、自分たちのまちを改善していこう。そんな考えもあつて、さまざまに取り組みをしてきました。

設立に先立って二年間は、「介助を要する障害者の旅行研究会」として、日本の旅行の現状や海外の状況を、実際のコースをつくつて実地調査をしました。そこでわかつたことは、まず障害をもつ人たちが旅行しようとしたときの相談窓口がない、ということでした。また、情報はたくさんあるものの、それが地域地域に限られていて外の人は手に入りにくいという状況もつかめました。例えば、京都の神社仏閣などは階段があつて見られないと考えられがちですが、京都のタクシー会社などはどこのお寺にはスロープがある、ど

ういうアクセスなら清水寺の舞台まで行けるといったことを知っているわけでは。トラベル・ネットは、そうした全国の情報を集め、ひとつにまとめてやっています」と考えました。

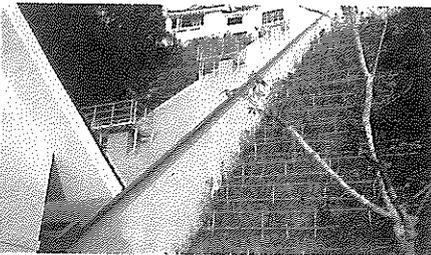
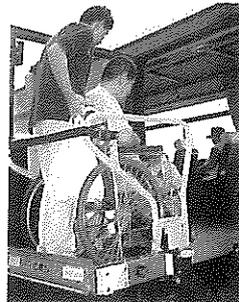
この三年間で扱った旅行は約五〇〇件です。福祉関連が四六四件、残りは一般の旅行です。九割近くが施設、作業所、養護学校などの団体旅行です。個人の参加



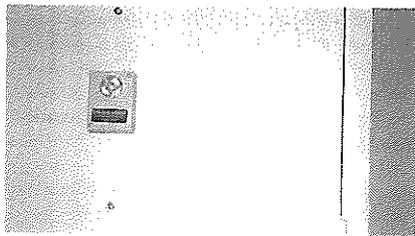
▲ホテルの部屋。海外のホテル(▲)はゆったりとしたところが多く、部屋の中を車イスでUターンできる。



▲▲下股が不自由な人の移動には、バスが便利です。固定する場合は、車イスの固定装置も備えられています。



▲唐津城の斜行エレベーター。歴史的な建造物には手を加えにくいといわれるが、エレベーターの設置がされている。



▲ホテルのドア。聴覚障害をもつ人のためのフラッシュがついている。このほか、上下についていた2つのドアミラーで一般の人も車イスの人も同じように外を確認できる設備もある。

では、トラベル・ネットのオリジナル企画のパッケージ・ツアーのほか、F・T個人旅行が多いです。旅行人数は総数で二万三〇〇〇人になります。国内、海外の別では九割近くが国内です。会社設立と同時にリフト付きのバスをもったこともあって、当初は車イスの人が多く、お客さんの六〇パーセントが肢体不自由、二四パーセントが高齢者です。二年目からはほ

かの障害にも対応できるようになって、知的障害の人も一四パーセントになっていきます。聴覚・視覚障害の人は少なく、一パーセント程度です。障害の程度は軽い人もいるし、ストレッチャーに乗るほど重度な人もいて幅広いです。

トラベル・ネットのオリジナル企画ツアーは年に四回。春夏秋冬です。事前に下見をし観光コースをつくりまします。ホテルや旅館の玄関のスロープはどうか、車イス用のトイレがあるか、それは本当に使えるのか、ハンディキャップルームの実態は、大浴場はどうか。それらを下見して写真を撮ります。さらに、観光施設のトイレや宿泊施設と観光施設を結ぶコースの実態も調査して、ゆったりしたコースをつくっています。このツアーは車イス専用ということではなく、高齢者など、どなたに追加していただいてもいい。できるだけ安心して参加していただけるように、宿泊を伴う場合には必ず看護婦さんをつけています。また、ボランティアの人にも乗ってもらっています。移動はリフト付きのバス。これを使えば、歩行障害の人、高齢の人にも楽にあちこち観光に回ることができまします。リフトは車イスのもの、という固定観念をはずし、ある資源をできるだけ活用します。

こうしたパッケージ・ツアーは大手の旅行会社でも力を入れていますが、車イスの人がいつでも気軽に出かけられるところまではいっていません。そこで、トラベル・ネットでは、車イスの人も二人から、

毎日行けるツアー」をつくりましました。行き先は、ハワイ、ケアンズ、アメリカ西海岸など一般の人がよく行くコースで、ハンディキャップルーム、空港からホテルまでのトランスファーなどを確保しています。そのほか、沖縄のバリアフリー・ダイビング協会との提携によるバリアフリー・ダイビングなど、アクティブなものもあります。また、肺結核の後遺症などで、在宅酸素療法を受けている人が、全国に七万人ぐらいますが、この人たちは国内旅行はしていますが、海外旅行はなかなか困難です。携帯用酸素ボンベが危険物扱いになっていることや、現地で酸素を供給しているところも見つけにくいんです。そこで、酸素ボンベのトップ企業と保険会社とJTBの協力を得て、海外に出られる企画をつくりましました。いまのところハワイ限定ですが、日本では酸素ボンベなしに暮らせない人がハワイではボンベなしで三キロぐらいたったということもあります。さまざまな情報をひとつひとつ確認して、いろいろな希望に添えていきたい。行ってみて、あそこは違う、よくない、という声も当然あります。そこからまた学びまします。長野のパラリンピックのときに、外国から一三〇〇〇人の選手団が来ましました。車イスの選手は一三五人で、成田から長野への送迎、会場までのアクセスに対応するため、リフト付きのバスを全国から集め、一五社三二台のバスの送配をやったのはトラベル・ネットです。これを機にバリアフリー・ダイビング

の関心が高まり、リフト付きのバスを導入する会社も増えて、現在七〇台ぐらいになったわけです。新しいホテルをどうつくるか、という関心も高まり、ハードビル法に準拠した北海道のアークホテルにアドバイスをさせていただいたりもしました。

また、ハード面を支えるソフトの面の広がりとして、トラベル・ネットでは旅行のサポート制度をつくっています。その核が「ワンモア・クラブ」です。障害をもった人や高齢者が登録し、いま会員が約六〇〇人。そのうち、ボランティアとして登録している学生、主婦、看護婦、ヘルパーなどが約一〇〇名。オリジナル・ツアーに同行するほか、条件が合えば個人のツアーにも同行します。ボランティア登録を全国で行っているのです。家から同行するだけでなく、現地で頼むこともできます。そうすることで、旅行の費用が安くなりますから、多くの人が参加することができそうです。

二〇一五年には四人に一人が高齢者です。この層を対象にしたハードとソフトを考えれば、障害をもった人にも対応できます。観光施策の基本的な方向として、旅行商品の設定、利用情報提供の体制づくり、ボランティアの確保が叫ばれ、日本観光協会が宿泊のモデルガイドラインをつくったり、JATAが障害をもつ人や高齢の人の旅行のガイドラインをつくった

りしています。航空会社も、車イスの人の声を聞いたり、バッテリーの処理の仕方の研修をしたりしています。こうした動きを、大手がビジネスチャンスととらえて参入をはじめていきます。ボランティア的活動だけでなく、キッチンとしたビジネスとしてのマーケットの整備が急がれます。商品は安ければいいというのではなく、内容がよくなければお客様は迷惑します。個々のニーズにあった内容で勝負する、自分たちのマーケットは自分たちでつくっていくという姿勢が大事だと思います。旅行会社はホテルや旅館に対してニーズを出し、ホテルや旅館も、すべての人に利用しやすい設備はだれにも歓迎されるサービスとして、積極的に取り入れていく必要があります。また今後は介護保険に関連して高齢者のショートステイや介護者の休養のためのレスパイトなどへの取り組みを考えていくべきでしょう。たとえば、送迎車など移動の面に手を加えてもつと安心して来ていただけるか、旅館のサービスのなかに介助を加えることもひとつです。また、ボランティア団体とのネットワークを探るなど、とくに他の業界とのネットワークが重要になりそうです。こういうことを積極的に考え、取り組んでいかなければ、必然的に近い将来淘汰されるでしょうし、やっておけば将来的に大きな収穫を得ることができると思います。

## 質疑応答

●観光業界において、バリアフリーの商品化はどのように進んでいますか。

バリアフリーをテーマに商品を開発しているのは、私もトラベル・ネットだけではありません。全国の大変たくさんある会社がバリアフリーに向けて商品開発にも力を入れています。ただし、商品を作る段になっての窓口の整備はまだまだ遅れていると思います。本来は、全国どこに住んでいる障害をもっている人、高齢になった人にとっても買やすい商品でなくてはならない。そのため、どの窓口でも十分な対応ができるように、業界をあげて窓口の整備を急ぐ必要があると思います。

●バリアフリーのハード、ソフトのポイントについて、ハードでは移動の問題、ソフトでは障害をもっている人の声を聞くこと、と伺いました。そのほかに注意すべきことがありますか。

移動の確保と同時に、動線上で動けることが大事です。いろいろな乗り物についても、ホテルや旅館においてもそうですが、動線上で動くというのは、一般の人と同じに動ける、ということなんです。裏から入れるとか業務用のエレベーターなら使える、というのではバリアフリーにはなりません。同じルート、同じ条件

で使えることが絶対条件になります。

●旅館業において、バリアフリー・マーケットに効率的にアプローチするためのチャネル開発について教えてください。

バリアフリーを考え、そのマーケットに参入するために、これから欠かせないのは介護関係だと思えます。高齢の人たちが非常に増えてきており、先ほどもふれましたが、高齢の人のショートステイ先としての旅館であったり、高齢の人を介護している家族が疲れを癒すレスパイトのための旅館であるということが求められるわけです。この場合、新たに何かをつくるというよりも、旅館がもっている資源を活用することが大事です。チャネルとしては、有料の介護サービスをやっているところ、ヘルパー関係などに目を向けると思います。

●一〇月からJTBに移行されますが、今後の展開について教えてください。

一〇月一日に、JTBトラベルネットデスクに移行します。やっていることが大きく変わるわけはありませんが、これまでよりもマスとしての幅を拡大することになると思います。二人から、毎日行ける「ハワイ」などもマスに近いものです。こうしたものの開発。また、個人旅行のニーズも高まりますから、マスで対応できない人たちのサポートにも力を入れていきます。

## すべての人が “プライオリティ・ゲスト”になる時代 お客様に優しい航空会社でありたい

日本の社会の高齢化がかって世界で例を見ない速さで進行しています。この現象は、交通事業者から見ると、「移動に際して不自由を感じる」お客様が増えることを意味します。一方、ある会社の調査によれば、年齢のためだけでなく、何らかの理由でお身体が不自由な方に対するアンケートの結果では、今いちばんしたいこと、のトップに「旅行」があげられています。また怪我や病気などの治療のため、日本国内、日本＝海外間を移動する必要に迫られている方もいらっしゃいます。

日本航空では、これからの社会情勢に即応してサービス体制を整え、できるだけ広い範囲のお客様に利用していただくよう努めることが、交通事業者としての最大の社会貢献と考えています。

その一環として、他社に先駆けしてお身体の不自由なお客様や、ご病気で特別な準備やお世話をする必要のあるお客様の当社機ご利用に際しての専門ご相談窓口＝「プライオリティ・ゲスト予約センター」を開設しています。「プライオリティ・ゲスト」つまり他のお

客様に優先して必要なお世話をすべきお客様、とは当社の“造語”ではありますが、予約・空港・機内とお客様に直接接するスタッフはもちろん、機内に担架を装着したり、呼吸を助けるための酸素ボトルの準備をしたりする技術・整備スタッフも、全員が「お客様のために何ができるか？」を心に銘記しているのです。

最近も、大きな移植手術のため米国へいらっしゃるお子様を主治医の先生とともにお運びし、その後無事退院され、また当社機をご利用いただいて帰国されたことがあります。そんな時に、われわれ

JALマンは自分たちの仕事の重さと社会への責任を感じるのです。車椅子を押しながらお客様とお話しをするとき、小さなお子様連れのお客様には混雑を避け、早めにご搭乗のご案内をするとき…そのような「プライオリティ・ゲスト」の方々へのお世話のあらゆるシーンが、自然と当社の社会貢献への企業姿勢を表現しているとはいえないでしょうか。

お客様に“優しい”航空会社でありたい、またそうでないと会社はおろか、交通機関としても社会の支持を得られない、と考えています。

**お身体のご不自由なお客様のご予約・ご相談窓口**  
**JALプライオリティ・ゲスト予約センター**

 ☎ **0120-747-707**

9:00 ~ 17:00

フリーダイヤルご利用いただけない場合は、  
下記の番号をご利用ください。(有料)

**03-5460-3783**

耳や言葉の不自由なお客様への  
**ファックス予約・案内サービス**  
**FAX ☎ 0120-747-606**

※お好きな用紙にご記入のうえお知らせください。  
ご回答はファックス受付当日または翌日までにいたします。

**JAL**