

量販ツアーに参加希望される、「身体運動機能等の低下・欠如により団体旅行中に支障をきたすと予想されるお客様」に対して積極的に取り組むことで社内全体の更なる新規顧客・商品開発・業務効率向上のヒントを見つける「トラベルサポートデスク」設置によるバリアフリー旅行センターのCT内における役割を見直す

1. はじめに

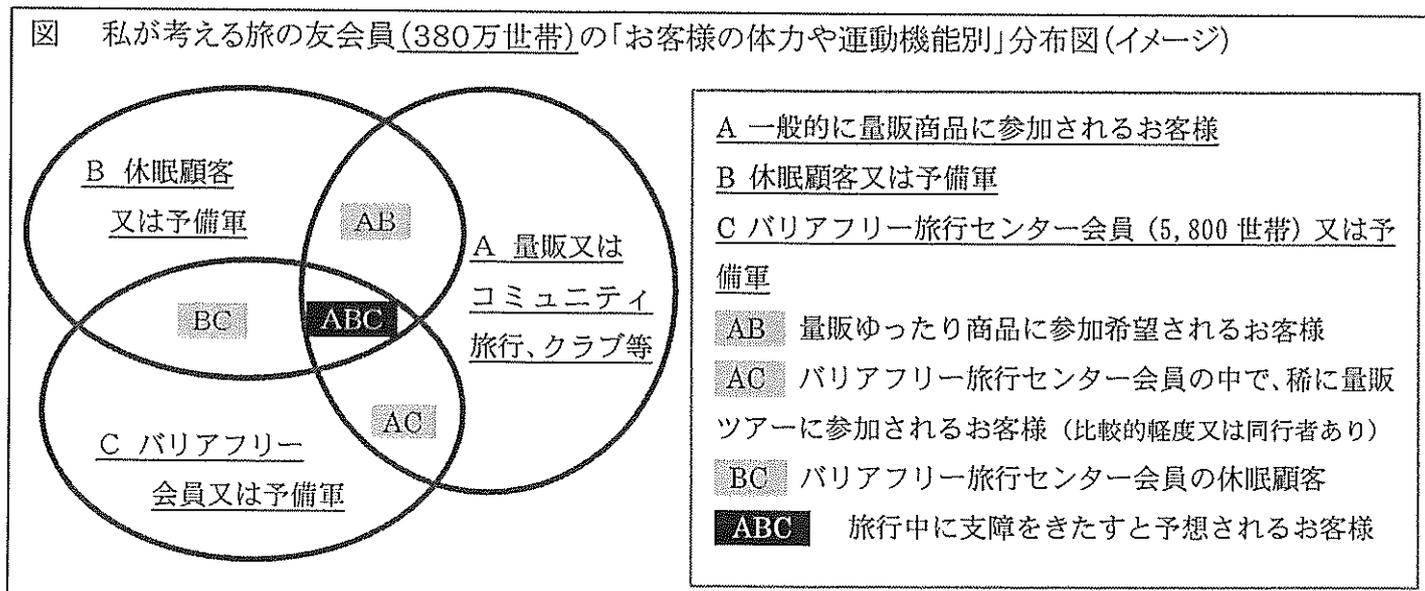
クラブツーリズムは、メディア販売による旅行商品の量販化・低価格化の実現により、販売効率が著しく向上し、それによるマーケット拡大の中で、確実に会員数と業績を伸ばしてきました。この傾向は今後も続くと考えられますが、更にマーケットが成熟していく中で、消費者のニーズが、現在の「安くて様々な経験ができる旅行」だけでなく、「旅本来の効能や意味を追求する旅行」も求められてくることが考えられ、旅行商品造成のポイントは、いままでのように旅行素材の組み合わせや年齢、趣味嗜好による商品・クラブ造成及び関連商品販売だけでなく、「お客様の体力や運動機能等」に対しても配慮していくことが重要になっていくと考えられます。

また、日本社会のノーマライゼーション化が急速に進み、交通バリアフリー法や改正ハートビル法、身体障害者補助犬法等の様々な法令が施行され、それらによりインフラ整備がされ、今以上に身障者の社会進出が進む中で、旅行商品においてもそれらの方々を含む多くの「量販ツアーに参加を希望される身体運動機能等の低下・欠如により団体行動中に支障をきたすと予想されるお客様」からのお申し込みが急増することが予想されます。

このような中でクラブツーリズムは、1995年より「旅のノーマライゼーションの推進による社会貢献の取り組み」として、全国で初めて身障者に配慮する旅の専門部署であるバリアフリー旅行センターを創設し、「主に高齢者特有の疾病による運動機能障害のあるお客様(脳血管疾患による片マヒの方やリウマチ、軽度から中度のパーキンソン病患者、後期高齢者で体力に不安のある方等)」を対象に主催旅行商品及び関連サービスを提供してきました。

また、最近ではバリアフリー旅行センターだけでなく、量販の各セクションやクラブ等でゆったり旅行商品が少しずつ企画造成されるようになってきており、下図の **AB** (ゆったり旅行商品の造成等) や **BC** (バリアフリー旅行の低価格化や宣伝活動推進等)、**AC** (量販チーム各担当者の身障者に対する理解等) のお客様に対しての取組みがそれぞれ進んできています。

図 私が考える旅の友会員(380万世帯)の「お客様の体力や運動機能別」分布図(イメージ)



しかし、**ABC**（量販ツアーに参加を希望される身体運動機能等の低下・欠如により団体旅行中に支障をきたすと予想される）のお客様に対しては、未だにツアーの受け入れに関して、場当たり的で消極的な対応をしていることが多く、今後“どう断るか”と“どう受けるか”をそれぞれの業務の中で各箇所だけの判断ではなく、そのような対応が難しく作業負担が大きいお客様に対して専門部署であるバリアフリー旅行センターと協力し合いながら、より明確に効率良く解決していく必要があると考えます。

そこで、今年で10年目を迎えるバリアフリー旅行センターが、今までの経験や知識を、従来の取組みだけでなく、事業部の枠を越えCT全体の中で、お客様との相互理解による更なる新規顧客開発（休眠顧客対策）・新規商品開発・業務効率向上のヒントを見つけるキッカケとなり、お客様の体力的なニーズにも合った旅行商品・サービス・情報提供を可能にする「トラベルサポートデスク」の設置を提案したいと考えます。（詳細は3.）

2. **ABC** のお客様とその対応について

(1) ABC のお客様とは

ABC のお客様とは、主に下表の a～f のお客様で、①バリアフリー主催旅行（肢体不自由者対象）の主な対象者以外の身障者であるか、②バリアフリー旅行センターの存在を知らない方、③バリアフリー旅行センターの対象者ではあるが、旅行代金や品揃え、設定日等のご要望に合わない方、又は④身障者に対してネガティブなイメージを持たれている肢体不自由の方（※1）が考えられます。

また、これらのお客様をご案内するにあたって、注意しなければならないことは、“旅行会社側が危惧するお客様の障害”が、お客様の見た目の身体状況や精神状態、体力、性格ではなく、それらと各エリアの旅行環境とのギャップであることを十分理解して対応しなければならないことで、さらに同じお客様であっても、国やコース内容、団体の大きさや添乗員の資質等であり、それらのやり取りが初期対応では電話で行なわれているために、担当者がそのようなお客様の参加の可否を判断するのが難しく、お断りする際にそのお客様にどう納得していただくかが、大きなストレスとなり、量販という特に業務効率重視の箇所にとっては、生産効率を下げる要因となっているのが現状です。

表 **ABC** 「身体運動機能等の低下・欠如により団体旅行中に支障をきたすと予想されるお客様」の主な具体例

- ①バリアフリー主催旅行（肢体不自由者対象）の主な対象者以外の身障者
 - ②バリアフリー旅行センターの存在を知らない方
 - ③バリアフリー旅行センターの対象者ですが、旅行代金や品揃え、設定日のご要望に合わない方
 - ④身障者に対してネガティブなイメージを持たれている肢体不自由の方
- （※1）「バリアフリー旅行＝身障者専門旅行」「身障者＝生まれつきの重度障害者」等のイメージを持たれている方が多く、それら④に該当するお客様は「障害者＝社会から疎外されている」というイメージを持っており、バリアフリー旅行を敬遠するケースがあります（バリアフリーの名称変更の検討）

- a 視覚障害で弱視の一人で参加される方（①）
- b 聴覚障害者だけのグループの方（①）
- c 内部障害で旅行中に医療行為を必要とされる方（透析患者、糖尿病患者、心臓ペースメーカーや狭心症等）（①）
- d 肢体不自由の片マヒ（比較的軽度）の一人で参加される方又は車いすを利用されている方（②③④）
- e 肢体不自由の片マヒで、見た目が不潔そうに見える方（②③④）
- f 同行者はいるが知的障害者で多動、てんかん持ちの方（①②③）

(2) “どう断るか”と“どう受けるか”をより明確化にする

平成 17 年 4 月より改正される旅行業法・約款の中で、資料(下記)のように、「特別な配慮を要する旅行者」という項目において、旅行業者側がお客様(旅行者)に対して明確なお断りの判断がしやすくなったと考えられます。しかし、旅行業者側も「介助者の同行が必要と認められる旅行者」について「〇〇により他の参加者が気を遣う、〇〇により添乗員がつきっきりになる、〇〇により行程管理に支障をきたす、〇〇により緊急時の対応に不安がある」等と、しっかりと「介助者の同行が必要と認められる旅行者」について定義づけをしなければ、逆に法令違反になる可能性もでてきてしまいます。今後は、会社として大筋のガイドライン作成と現場での運用基準とそれを管理する仕組みを作る必要があると考えます。

資料 平成 16 年 11 月国土交通省総合政策局旅行振興課公表 (全国旅行業協会会報誌掲載)

(平成 17 年 4 月実施の「旅行業法令・約款」改正について) I 及び II の 1 - 9 まで省略

II の 10 取引準則の見直し

(1) 参加に際し特別な配慮を要する旅行者の契約申込み

参加に際し特別な配慮を必要とする旅行者の参加のために要した費用の負担について、旅行業者と旅行者との間でトラブルが発生していることにかんがみ、旅行者の負担になることを明記。

(2) 不可抗力発生時の旅行業者・旅行者の解除権 (省略)

(3) その他の旅行業者の解除権

①合理的な範囲を超える負担を求める旅行者 (省略)

★②特別な配慮を要する旅行者 (旅行開始前・開始後)

旅行への参加に当たり介助者の同行が必要と認められる旅行者が、介助者の同行なしに旅行に参加するケースが発生しているが、このような場合には、旅行の安全かつ円滑な実施が困難になることから、旅行業者が旅行開始前又は旅行開始後に契約を解除できることを明記。(4) - (6) まで省略

(7) 保護措置の実施

旅行中の旅行者が、疾病、傷害等によって保護を要する状態にあると認めた場合には、当該旅行者の生命・身体の安全確保のため、旅行業者が必要な措置をとる旨を明確化。併せて、その際の費用負担を巡るトラブルを防止するため、当該費用は旅行者側が負担することを明記。(8) - (9) まで省略

3. **ABC** のお客様に積極的に対応するバリアフリー旅行センター主導の「トラベルサポートデスク」について
2の作業を効率的且つお客様にとってもご納得いただけるように量販各セクションと共にバリアフリー旅行センターの持っている経験や知識を活用していくために、今後のバリアフリー旅行センターの役割を、現在行なっている身障者全般への旅行商品販売だけでなく、以下の「トラベルサポートデスク」創設による、旅行環境におけるノーマライゼーションの実現を他社に先駆けて実施する必要があると考えます。

(1) 活動内容

① **ABC** のお客様に対しての旅行相談対応

②ガイドラインの作成 (業務プロセスの周知徹底)

③イントラでの情報提供 (判断材料、Q & A等)

④特別な配慮が必要だと思われる顧客データの管理

⑤お客様全体への啓蒙活動 (時代の変化に合わせて、時間をかけて計画的に行なう)

⑥定期研修会の実施 (各部署スタッフ選任)

⑦身障者団体等との定期的な意見交換会を実施 等

(2) 主な目的及びメリット

【社内にとって】

- ①量販主催旅行商品販売の効率向上
- ③対外的なイメージUP効果 (PR・IR)
- ④社内外への啓蒙活動及び関連情報発信
- ⑤お客様の身体的な不安を理解することによる商品企画やクラブ運営への反映⇒新商品開発のアイデアへ
- ⑥参加データや他の参加者からのアンケート分析を行なう⇒新商品開発のアイデアへ
- ⑦新規顧客の取組み (体力・運動機能低下・欠如を理由とする休眠顧客の減少)
- ⑧一人のお客様に対して同一の対応が可能となる

(現在の対応が、箇所毎の対応判断で、その情報管理が現在のFACTでは難しい) ⇒FACTの機能改善

【お客様にとって】

- ⑨あきらめていた旅、又はあきらめようとしていた旅に安心して参加できるようになる、(より長く楽しめるようになる) ⇒旅行寿命が延びる
- ⑩「行程の内容」や「料金」だけでなく、「体力」に合わせた選択が可能となり、“よりお客様に合った旅行・クラブ”が実現することで安心して旅が出来るようになる(他のお客様に対して気を遣うこともなくなる)

4、おわりに

今後もクラブツーリズムでは、バリアフリー旅行センターが、より重度の身障の方でも安心して楽しめる旅を追求し続ける一方で、量販の各セクションが更に一人でも多くの方に喜んでいただける旅をデザインし、お客様の年齢や趣味嗜好だけでなく加齢による体力や運動機能に合わせた商品造成やサービスを実現し、他に類のない幅広いお客様の様々なニーズ(ユニバーサルデザインされた旅行商品)に応えられるユニークな旅行会社となり、このような取組み(特にバリアフリー旅行センターの取組み)が「社会貢献」から「当たり前の取組み」として、社会から評価されるような企業になればと思います。