

仲間が広がる、旅が深まる



クラブツーリズム

～2010年、75歳以上の後期高齢者の参加者数を年間38万人増にする（2004年度比）～

「もっと優しい旅」実施提案書

《 2005年度・商品コンセプト 》

お客様の旅行寿命を5～10年延ばし、旅を諦めさせない

1. クラブツーリズム・旅の友会員（シニア層）の多様化する運動機能や身体・心理状況のニーズに応え、一人でも多く、一年でも長く、「価値ある経験」を体感していただくための取り組みのひとつとして、「旅を諦めている、又は諦めようとしている75歳以上の“加齢等による膝・股関節が悪い方、トイレが心配な方、歩行スピード・距離が心配な方”」に対して、十分に配慮された今までにない新しい旅行商品及びサービスを創造する
2. 参加条件や、特別な手配内容は媒体に掲載しお客様に対してコンセプトが伝わるように心掛ける

※これらの活動が、社会貢献としてではなく、社内データ及び国内における高齢者人口動態等に基づいた、“新しい市場への挑戦”として位置付ける

平成17年7月10日

クラブツーリズム株式会社

営業企画部 伴流高志

1. 70歳代から始まる休眠顧客への移行を積極的に食い止め、それらのお客様一人あたり参加回数を増やす

現在参加者のピークは、「60～64歳」の間で訪れますが、今後はそのピークを「65～69歳」まで移行させ、以降の下降を緩やかにし、「55～59歳」～「70～79歳」の年代まで各年代の年間参加者数を平均で維持（当面は、200千人以上）できるようにする。

「クラブツーリズム新創業中期経営計画」にも記載されている（P41, 6）「(ii) *2010年までは、60歳以上75歳未満の旅行に積極的に参加する世代人口が2%程度増加するが、その後は漸減する。2020年頃から団魂ジュニア世代が50歳代に入ってシニア人口は持ち直し、第二のアクティブシニア世代を形成する」という項目に対して、仮に会員数が減少してもそれらのお客様一人あたり参加回数を向上させることで、長期的で安定した事業が展開できると考えます。

表1：クラブツーリズムにおける2004年度の年齢別参加者数及びその回数（単位：人）

年齢×参加回数	不明	54歳以下	55～59歳	60～64歳	65～69歳	70～74歳	75～79歳	80～84歳	85～89歳	90～94歳	95～99歳	合計
1回	85,209	299,242	150,602	162,880	138,509	93,374	43,657	14,198	3,351	617	190	991,829
2回	8,685	64,672	54,792	63,682	55,316	37,689	16,461	5,069	980	182	49	307,577
3回	1,661	21,298	23,233	28,659	25,215	17,444	7,922	2,420	464	86	27	128,429
4回	488	8,605	10,553	13,959	12,873	9,235	4,207	1,299	268	39	10	61,536
5回	202	3,811	5,341	7,290	6,931	5,264	2,406	739	153	30	6	32,173
6回	91	2,116	2,872	4,154	4,058	3,147	1,490	487	104	15	4	18,538
7回	57	1,102	1,646	2,445	2,596	2,027	979	333	72	9	1	11,267
8回	33	610	1,069	1,605	1,741	1,301	660	225	36	13	0	7,293
9回	23	383	635	1,048	1,108	928	471	175	29	4	1	4,805
10回	12	281	432	794	801	673	376	99	25	6	0	3,499
11回	11	194	332	530	584	480	251	99	24	1	0	2,506
12回	21	158	208	384	447	389	210	71	27	4	1	1,920
13回	9	97	202	289	335	273	132	60	10	3	2	1,412
14回	5	82	138	205	273	202	107	38	9	3	0	1,062
15回	4	56	97	189	205	186	96	37	8	2	0	880
16回	3	49	90	155	155	124	66	30	2	1	0	675
17回	0	28	64	143	143	110	53	20	2	2	1	566
18回	0	35	52	91	134	83	59	16	4	2	0	476
19回	2	15	46	112	119	68	36	16	2	0	0	416
20回以上	5	181	294	619	730	513	251	86	18	4	0	2,701
合計(1)	96,521	403,015	252,698	289,233	252,273	173,510	79,890	25,517	5,588	1,023	292	1,579,560
合計(2)	96,521	403,015	541,931			425,783(A) 前期高齢者		112,310(B) 後期高齢者				1,579,560

このアクティブシニア層に対して、より積極的な販売活動が可能となる

(A)の層をそのまま(B)へ、スライドすることが出来れば、単純計算で313,473名の顧客を確保することができる ※(A) - (B) = 313,473名

★総会員数5年後、2010年で500万世帯を想定した場合

2005年（会員数390万世帯） 約30万人増

※全参加者数1,579,000人（全体の15%）

2010年（会員数500万世帯） 約38.5万人増

※全参加者数2,024,000人（予想）（全体の19%）

<上表1の留意点>

- ① 2005/06/10発行「旅の友 東日本版」配送世帯のうち バス別冊が届いている世帯の会員について分析しています
- ② 2004/04/01～2005/03/31発のすべてのCTツアー（海外・国内・バスなど）の参加回数×年齢別の表です
- ③ 年齢は2005年－生まれ年で生年月日が不明の場合年齢を使用し作成しています

上表1でも明らかなように、現在の購買の中心は、55～64歳までの中年齢者層（541,931人）と、65～74歳までの前期高齢者層（425,783人）で、後期高齢者層（112,310人）はそれらと比較して圧倒的に少ない。今後、アクティブシニアと呼ばれる中年齢者層に対して更に積極的に販売を拡大していくことが最優先であります。この取り組みを行なう際に、同時に“もっと優しい旅”を実現することで、体力面などからのすみわけが出来、更に既存量販の取り組みを推進していくことが可能となると考えます。

そして、シニアをターゲットとしているクラブツーリズムにとって、この後期高齢者への取り組みは、他社に先駆けたビジネスモデルの構築による、新しいマーケットへの挑戦として、社会から大変評価されるとともに会社にとっても大きな利益に繋がると考えます。

2. この取り組みの6つのメリット

この「もっと優しい旅」への取り組みは、お客様にとってだけでなく、会社にとっても大変有効な取り組みで、既存の取り組みに対しても大きな相乗効果を与えることが可能となると考えます。そして必ず多くの株主に対しても支持を得られものであると思います。

- ① 新しいマーケットの開発と他社との差別化
- ② 苦情件数の減少
- ③ 一人あたり生涯購買額の増加
- ④ (アクティブシニアに向けた) 既存の量販商品の更なる推進が可能になる
- ⑤ 休眠顧客減少 (⇒媒体効率の向上)
- ⑥ 業務効率向上とお客様にもわかりやすい取り組み・商品になる

<解説> (図1)

① 新しいマーケットの開発と他社との差別化

a. クラブツーリズム・旅の友会員の年齢別に応じたそれぞれの運動機能・身体状況に対応する「クラブツーリズムの旅」の新しいコンセプト商品を創造することで、更に顧客満足度を向上させることができる。

b. aにより、他社との差別化を図ることが可能となる。

c. 現在、各サテライトで推進している「ゆったり旅行」を均一化し、新規ブランドとして新しい事業と雇用の拡大を実現することができる。

② 苦情件数の減少

①により、各バス旅行センターに参加されるお客様による「時間的及び体力的な理由による苦情件数」が減少する。

IS09001にも貢献することが可能 ※今後、お客様アンケートの検証を行ってまいります

③ 一人あたり生涯購買額の増加

①により、お客様の旅行寿命を10年延ばし、一人あたりの生涯購買額の増加を目指す旅を諦めさせない取り組み”を全社均一的に効率良く実施する。一人一人のお客様と出来る限り長くお付き合いするという会員制の特性(メリット)を十分に活用することができる。

④ 量販商品の更なる推進が可能になる

①又は②により、お客様の体力面でのすみわけが可能となり、アクティブシニアに対して量販商品を更に特化・推進することができる

⑤ 休眠顧客減少

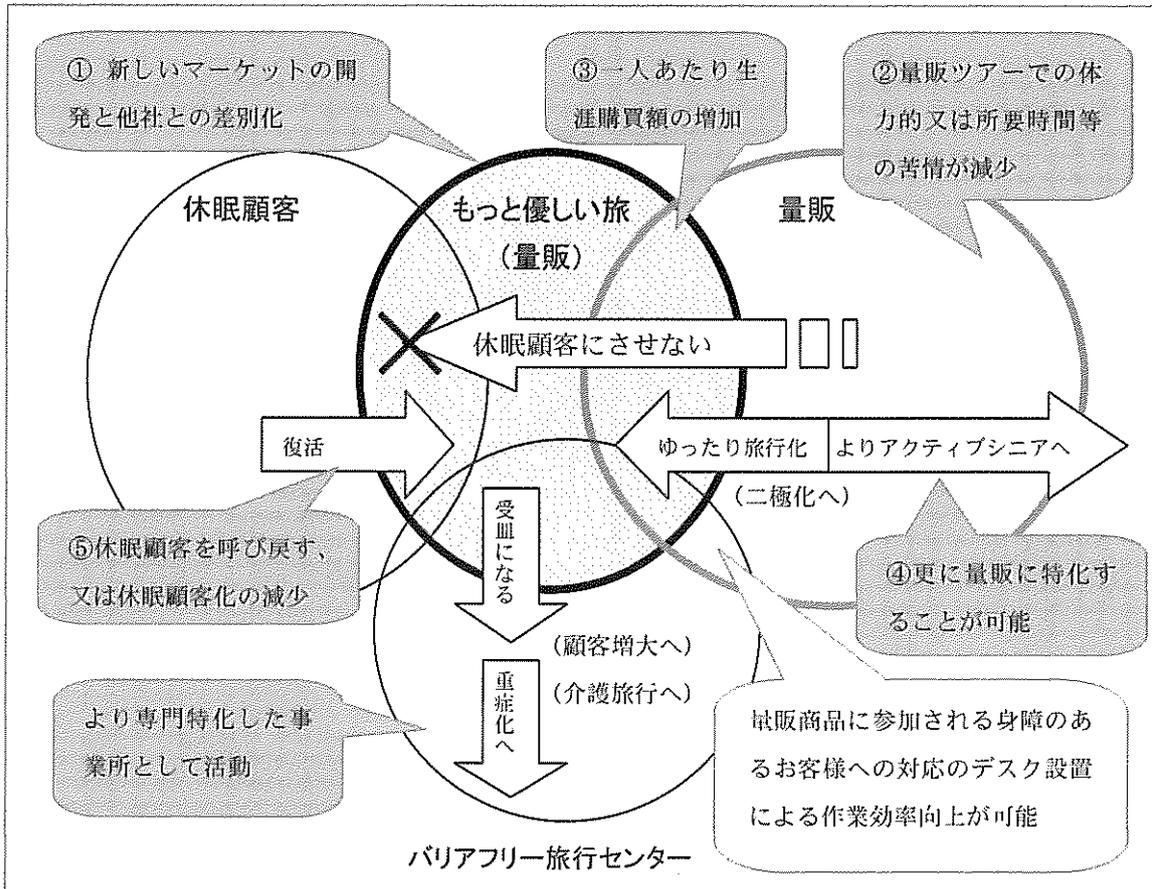
身体状況等を理由とする休眠顧客を呼び戻す、又はそれらによる休眠顧客化の減少が可能となる

⑥ 業務効率向上とお客様にもわかりやすい取り組み・商品になる

各旅行センター毎のそれぞれの取り組みではなく、全社的に取り組むことでお客様にもわかりやすく、作業効率や情報共有等のメリットがある

※バリアフリー旅行センターの役割のひとつを、今後は“もっと優しい旅にも参加が難しくなった顧客に対しての受け皿”とすれば、バリアフリー旅行センターの会員数の飛躍的な増大による事業拡大が可能となり、クラブツーリズムのシニアマーケットに対する取り組みのビジネスモデルの完成形が見えてくると考えます。

図1 「もっと優しい旅」事業化による相関図（メリット）



3. 高齢化の状況 (平成16年版 高齢者白書より)

(1) 高齢化の現状と推移

65歳以上の高齢者人口は、平成15(2003)年10月1日現在、2,431万人であり、このうち、男性は1,026万人と初めて1,000万人を超えた。総人口に占める高齢者の割合(高齢化率)は19.0%となっている。高齢者人口のうち、前期高齢者(65~74歳)人口は1,376万人、後期高齢者(75歳以上)人口は1,055万人となっている(表1)。なお、全国の100歳以上の高齢者は、平成15(2003)年9月現在で2万人を超え、わずか5年で倍増している。

	平成15年10月1日			平成14年10月1日			増加数(経推)	増加率(経推)
	総数	男	女	総数	男	女		
人口(万人)	12,762	6,230	6,532	12,744	6,225	6,518	18	0.1
高齢者人口(65歳以上)	2,431	1,026	1,405	2,363	996	1,367	68	2.9
前期高齢者(65~74歳)	1,376	641	735	1,359	632	726	17	1.3
後期高齢者(75歳以上)	1,055	385	670	1,004	364	641	51	5.1
生産年齢人口(15~64歳)	8,540	4,287	4,253	8,571	4,302	4,269	-31	-0.4
年少人口(0~14歳)	1,791	918	873	1,810	928	883	-19	-1.0
構成比								
総人口	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-
高齢者人口(高齢化率)	19.0	16.5	21.5	18.5	16.0	21.0	-	-
前期高齢者	10.6	10.3	11.3	10.7	10.2	11.1	-	-
後期高齢者	8.3	6.2	10.3	7.9	5.8	9.8	-	-
生産年齢人口	66.9	68.8	65.1	67.3	69.1	65.5	-	-
年少人口	14.0	14.7	13.4	14.2	14.9	13.5	-	-

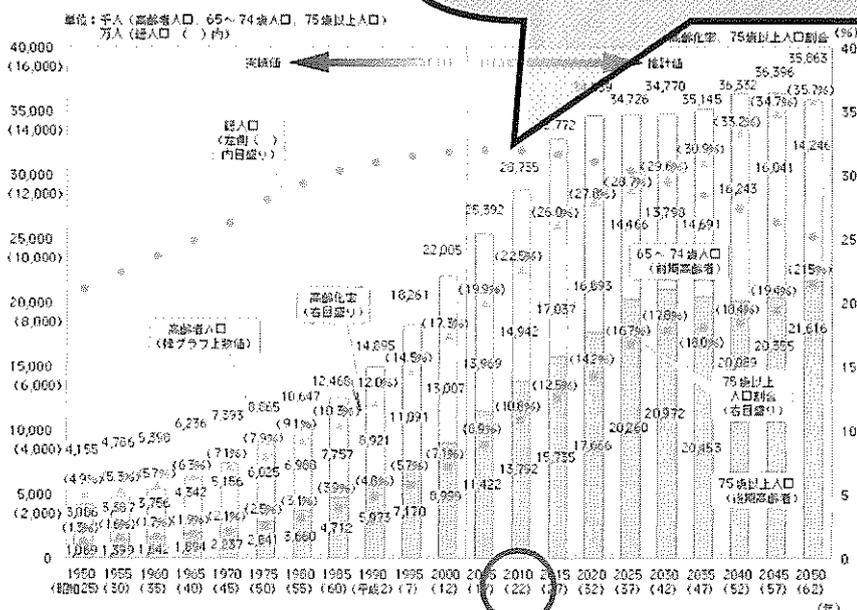
表1. 高齢化の現状

後期高齢者の増加率が、前期高齢者の4倍にもなります

(2) 高齢者人口の推移

高齢者人口は平成32(2020)年まで急速に増加し、その後はおおむね安定的に推移する一方、総人口が減少に転ずることから、高齢化率は上昇を続け、27(2015)年には26.0%、62(2050)年には35.7%に達すると見込まれている(図1)

図1. 高齢化の推移と将来推計



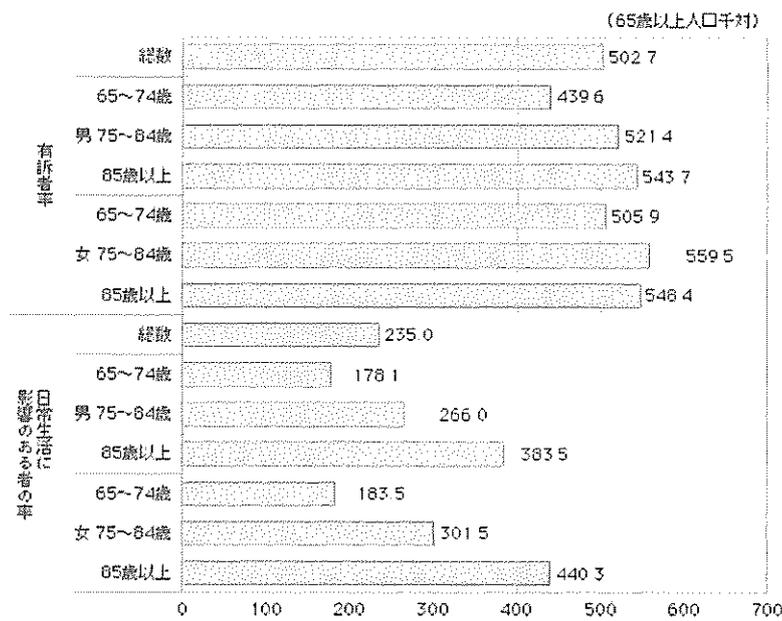
2020年には、後期高齢者が前期高齢者を完全に上回ります(※図2の有訴数を含めると、「軽度の歩行障害者を含む後期高齢者層」は、2010年にはほぼ同数に近づくと考え

資料: 2000年までは総務省「国勢調査」、2005年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成14年1月推計)」
 (注) 1955年の沖縄は70歳以上人口23,328人を前年の70歳以上人口に占める75歳以上人口の割合を元に70~74歳と75歳以上人口に区分した。

(3) 高齢者と健康

高齢者の健康状態についてみると、平成13（2001）年における65歳以上の高齢者（入院者を除く）の有訴者率（人口1,000人当たりの病気やけが等で自覚症状のある者の数）は502.7である。日常生活に影響のある65歳以上の高齢者（健康上の問題で、日常生活の動作・外出・仕事・家事・学業・運動・スポーツ等に影響のある者。入院者を除く）の割合は、高齢者人口1,000人当たりで235.0となっている（図2）

図2 65歳以上の高齢者の有訴者率及び日常生活に影響のある者の率



資料：厚生労働省「国民生活基礎調査」(平成13年)

4. 対象者

取り組みの主旨からも、対象者は主に75歳以上とし、更に運動機能での条件も付け加え、現在の70歳以上の休眠顧客に対しても積極的にアプローチする。

(年齢層)

- ・75歳以上の後期高齢者（軽度の歩行障害のある方を含む）
※媒体には“70歳以上”で掲載

(75歳以上のお客様の典型的な運動機能及び身体状況)

- ・膝及び股関節に障害を有する方
- ・トイレを気にしている方
- ・長い距離を歩く又は、多くの階段を上るのが不安な方

(1) 「後期高齢者」とは、

ジェロントロジー（老年学）の高齢期区分における後期に相当する人です。（75歳以上）尚、高齢期を2期に区分する場合と、3期に区分する場合があります。2期に区分する場合は、後期高齢者を75歳以上としますが、3期に区分する場合は、中期高齢者（75歳以上85歳未満）、後期高齢者（85歳以上）と分ける場合があります。今回の企画書では、2期に区分した場合のものとします。

(2) 「軽度の歩行障害のある方」とは、

1. 日常生活で車いすを利用していないが、長い時間立っていたり、長い距離を歩行したりすることに大変不安を感じている人（場合によっては、車いす持参も対応）
2. 日常生活で車いすを利用する場合があるが、バス等の階段の乗降は単独又は同行者の介助によりできる

3. その他、具体的な疾病例（顧客対象推定人数は、全国での数字です）

①パーキンソン病患者（※1）のステージが1及び2程度の方（5ステージまであり、患者数は約10万人）

※ステージ3以下は、バリアフリー旅行センターにてご案内させていただきます

顧客対象推定人数は、約4万人（全国）

②軽度のリウマチ性疾患（※2）特に、関節リウマチ、変形性関節症、骨粗鬆症等（患者70万人、予備軍を含めると410万人）

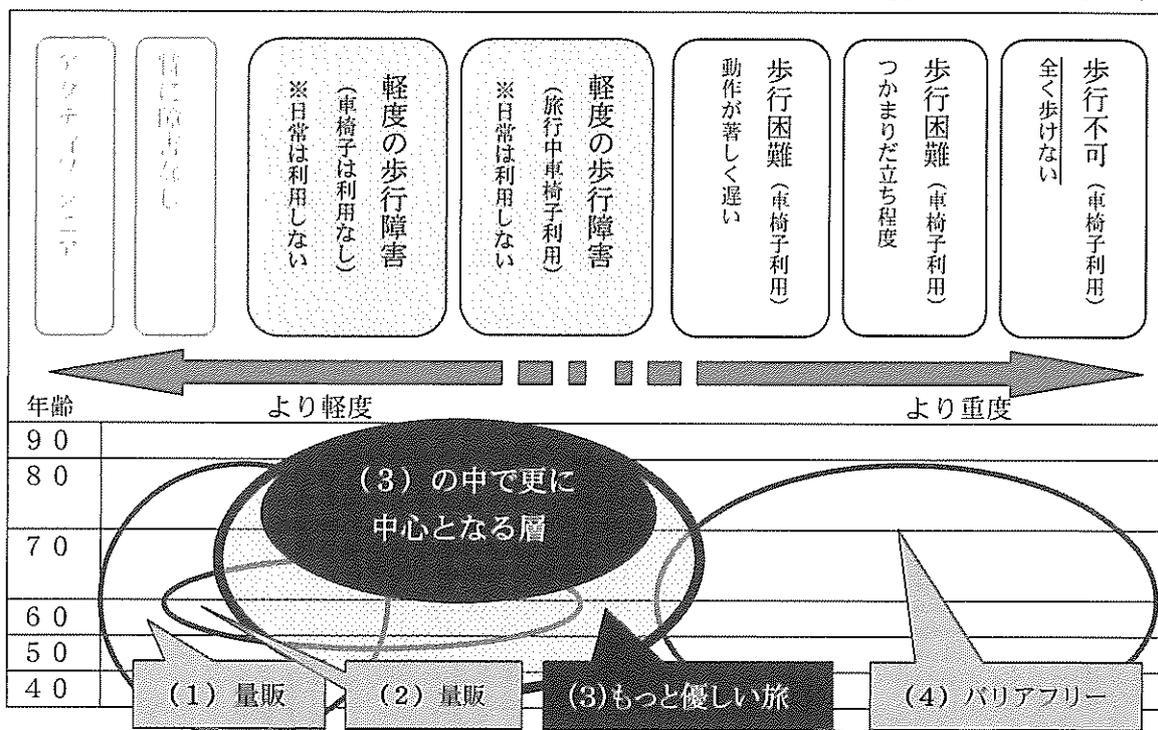
顧客対象推定人数は、360万人（全国）

※ツアー中で継続的に車いすを必要とされる方は、バリアフリー旅行センターにてご案内させていただきます

③在宅酸素療法患者※1985年に社会保険の適用となり、慢性呼吸不全の代表的な治療法となった在宅酸素療法は、COPD（慢性閉塞肺疾患）に対する持続的酸素投与に延命効果が認められたことや、QOLの向上と治療を両立できることから、現在その患者数は12万人を超えています。

顧客対象推定人数は、約12万人（全国）

(図) CT 会員の運動機能・年齢による“量販”“バリアフリー”“もっと優しい旅”のすみわけ



(3) 現在の CT における運動機能・年齢による顧客層

“クラブツーリズムの旅”での主な対象者は、中高年齢者層であり、一部支店においては更にそれぞれの年齢層に応じた商品造成も多く行われてきました。しかし若年層に比べて高齢者層は、それぞれ年代毎に限らず同年代でも運動機能や身体状況の格差が著しく 40 歳代から 90 歳代の幅広い中高年齢者層のそれらを見ても“(1) アクティブシニア及び 60 歳代の前期高齢者層”、“(2) 70 歳代の前期高齢者層”、“(3) 軽度の歩行障害を含む後期高齢層”、“(4) 身障及び要介護状態にある高齢者層”の大きく 4 つの分類されると考えられます。(下図) そして、クラブツーリズムでは(1) (2) (3)を量販セクション、(4)をバリアフリー旅行センターが現在対応しており、少しずつ体制が整備されつつあります。しかし、量販セクションが対応しております(1) (2) (3)の層においては、まだ運動機能の格差があり、今後は更に(1) (2)と(3)で分けることが望ましいと考えます、(3)の層に対して新しいコンセプトの商品をお客様に対してご案内することで、(1) (2)のより積極的な販売や(3)による新しいマーケットの開発による休眠顧客減少や旅行寿命の延長、ツアー中の体力の低下等からくるお客様からのクレームの減少等の効果があると考えます。現在、(3)に対する取り組みも、現在、顧客開発チームや各サテライト毎のクラブ活動、北海道チーム、東京バス旅行センター・東北チーム等が少しずつ商品造成を行っていますが、クラブツーリズムとしてより積極的に、これらの層に対応するために専門デスクを設置し、全社で総合的且つ均一的に取り組みを積極的に推進し、将来的には一つの事業として成長させていく必要があるのではないかと考えます。

そして、今回提案する「もっと優しい旅」が、お客様にとって、体力的な不安を感じることなく、時間に拘束され過ぎることなく、安心して旅の思い出をひとつひとつ積み重ねていけるために、対象となるお客様の運動機能や身体・心理状況等に十分に配慮された商品として、お客様より信頼されるよう、会社全体で取り組んでいけたらと思います。

5. “優しさ”の定義と実施要綱

「優しさ・ゆったり」という抽象的な言葉において、お客様が抱くイメージだけでなく社内での各バス旅行センターの担当の方々の抱くイメージも様々です。

このような中で、具体的にツアーの“条件”や“おすすめポイント”を設定するのは大変困難であると考えますが、ツアーに参加される対象者をある程度明確にし、それらのお客様の一般的な運動機能・身体機能を考慮し推進していく必要があります。そして定期的にそれらの条件を検証し、臨機応変にお客様のご要望に対応していきます。

(1) 優しさ・ゆったりの定義

一般的にお客様や各担当者が認識している“優しさ・ゆったり”感ではなく、「軽度の歩行障害のある方を含む後期高齢者」の加齢による運動機能低下やそれら身体・心理状況、特性等を十分に理解し、設定する旅行商品の物理的環境やサービスが一致させたもの

(※実際に参加されたお客様からのアンケート結果を最重要視し、定期的に定義を見直し、商品・サービスの質を向上させる。)

※但し、それら商品の形態やサービスが導入時に全て完全な状態で行なわれると、設定目標が高すぎるために、事業としての作業効率や継続・浸透性の低下が起りうる可能性がありますので、段階的に各取り扱い箇所の状態にあわせて推進していただければと考えます。

(2) パンフレットに掲載する条件 (★ は、記載しません)

【対象者】 ※商品コンセプトでは、75歳以上で設定

このツアーは、主に「旅を諦めている、又は諦めようとしている 70 歳以上の“加齢等による膝・股関節が悪い方、トイレが心配な方、歩行スピード・距離が心配な方”」が対象となります

★ (予約) 同行される方のいない要介護者は、原則的にご参加いただけませんが、軽度介助に限定してご相談いただければトラベルサポーター (専属のサポーター、条件あり) をご案内いたします。バリアフリー旅行センター山田までご連絡ください

【お食事】

- 1) 行程に記載された食事は全て、イス・テーブル席でご案内いたします
- 2) バス駐車場から食事会場までの動線内に階段はございません。(段差はある場合があります)
- 3) お食事内容は、旬のものや地元の郷土料理を中心にご案内し、昼食のお食事の時間も最低 1 時間はとります

★ (企画) 洋式トイレが完備している

★ (企画) エレベーター等のない階段である 2 階以上の食事処にはご案内しない

★ (添乗) お客様が食事を召し上がっている時に、出発時間を伝える

【宿泊】

1) 洋室を基本に和室も選択できる（洋室のみのご案内もございます）（相部屋可能）

★（企画）和室のみは原則、行わない

2) 宿泊施設の大浴場には、必ず手すりがある（一部／全ての浴槽に設置されている必要はありません）

★（企画）夕食・朝食会場共に、イス・テーブル席

★（添乗）朝食時に必ず顔を出して、声がけをする

【観光】（1泊以上のツアー）

1) 最終出発時間を 10:00 以降、第一解散場所には 17:00 には帰着する（原則）

2) 宿入りは、17:00 までにします（宿発は、9:00 以降）

3) 観光中のトイレの間隔は、1 時間 30 分 - 2 時間を目安とし、全て洋式トイレを確約

4) トイレの時間は平均 20 分でご案内します

5) 観光地の見学時間は、一般ツアーの 1.5 倍（当社比）に延ばす（出来る限り歩行距離が短くなるような動線を検討する）

★（添乗）トイレのご案内は、次回のトイレ休憩の予定も伝える

★（企画）オプション販売は原則行わない

★（企画・添乗）観光地での観光動線は、一般ツアーよりも短く、ご案内スピードにも配慮してください

【添乗員及びサポートスタッフ】

1) 行程管理を行う添乗員の他に、お客様に目配り声掛けを行うトラベルサポーター 1 名～2 名を同行させる（添乗員もその役割を担います）

2) 添乗員及び同行スタッフは、常にお客様に存在をわかりやすく知らせる為に、「クラブツーリズムジャンパー」着用（特に、集合時には必ず着用）（FFS も同様）

【観光バス】

1) バスは、手すりが適当な位置についている会社・車種を選択、踏み台を必ず用意し、添乗員又は、トラベルサポーター、ガイドが、お客様のバス乗り降り時にサポートする（乗降に際して背負い等の介助は行いません）

★必ずバス乗降時には、スタッフがつくようにしてください

★3列スーパーシートやトイレ付観光バスへの指定は、必要ないと思います

2) リフト付バスは、使用致しません

【その他】

★宿泊のご案内フォーム等のオリジナルを作成する

★アンケートは、伴流が毎月に、フォームを変えて作成し、次回ツアーの企画に反映させる。アンケート結果については、伴流が統計・分析をする

(3) 実施要綱

NO	項目	内容
(1)	ブランド名	「もっと優しい旅」 (案) (理由)「優しい旅」にすると、量販のツアーが「優しくない」のかということになるため、また今後の優しさの定義を“より多くのお客様のご要望にあったものにする”ために“もっと”という言葉をつけました
(2)	対応箇所	さいたま旅行センター 横浜旅行センター 多摩旅行センター の3箇所からスタート 当面は、バス旅行を中心に実施致しますが、 今後は他拠点のバス旅行センター、GTや海外にも対応できればと考えております。
(3)	対象者	別頁にて
(4)	担当者 ※企画担当者とは異なる	①各サテライトにおいて1-2名推進担当を配置する ※クラブ担当のイメージ ※担当者は、添乗業務及びアフターフォローを主に行い、量販企画造成担当の方と情報共有が出来る方が望ましい ②月に1度、業務報告・勉強会を兼ねた定例会を行う ③出来る限り、この商品の添乗を積極的に行っていただける方 ④専任ではなく、兼任で対応
(5)	使用媒体及び販売方法	①媒体の告知方法に関しては、担当の方に一任。 ②商品コンセプト等の情報は、「旅の友」・東日本版の無料掲載ページ“トピックス”を定期的に掲載していただく(毎号1ページ)及び各エリア(神奈川・埼玉・多摩)・「たびともバスツアー」 ③ツアー内容だけでなく、対象者やコンセプトを必ずわかりやすい形で媒体告知する ④身障者組織団体(リウマチ友の会等)へのセールス活動
(6)	添乗員	担当者又は、趣旨を十分に理解していただいたFS又はFFS 不定期にて、担当者・添乗員等の会議体を検討
(7)	バスガイド	必要性については、未定 ※各サテライト毎の判断 但し、ツアー自体には2名以上のスタッフを同行させる (例)1名FSと1名FFS、2名FFS、1名FSとバスガイド等
(8)	メリット	別頁参照
(9)	評価	採算性が最重視されるが、それぞれの取り組みの販売高・収益だけでなく、①75歳以上のツアー参加者数、②割合、③取扱高、④リピート率、⑤クレーム件数、⑥アンケート等を年度毎にデータ管理する
(9)	条件	別頁参照 【トイレ付きバスについて】トイレに関しては、2つ前くらいまでの予定と時間を伝えることで、精神的な面でのトイレの不安は解消され ると考えます。身体面では、1.5時間は問題ありません。これが徹底 されればトイレ付きのバスは必要ないと考えます
(10)	その他	①定期的に各バス旅行センターの朝終礼において活動報告を担当者から行います ※初回は伴流が説明 ②イントラネットにて各サテライト間の情報共有及び身障者・高齢者への対応マニュアルを掲載する ③トラベルサポーターの育成を行う (バリアフリー旅行センターが運営と管理を行う) ④お客様の運動機能等に関する項目等でわからないことが、営業企画部の伴流宛までご連絡ください

6. 実施に関するタイムスケジュール

商品造成のタイムスケジュールに関しては、各箇所判断に任せますが、2006年度より予算に入れていただき本格スタートをきれる状態にさせていただきたいと考えます。

また、販売に際し、テレホンセンターや添乗員へのマニュアルにつきましても、営業企画部で作成し事前に打合せ、研修等を実施いたします。

(1) 商品企画造成1本目の流れ(案)

月	媒体	取り組み	備考
05年07月		再度、各支店長・企画担当者等との商品に関する説明と打合せを行ない、コンセンサスをしっかりとる	
	企画開始	(仮)業務の流れに必要な書類作成	
08月	企画開始		
09月	原稿出し	高齢者関連の組織団体等にセールス	
10月	媒体告知(旅友本・バス)	販売開始	
11月		添乗研修(FFSの一部を含む)	
12月	ツアー出発(月後半～)		
06年01月			
02月		※“優しい旅”ツアーイベント開催	
03月			
04月		2006年度・本格的にスタート	
05月以降			

■2006年度の予算にこの取り組みも入れていただく

■※“優しい旅”ツアーイベント開催(3拠点の共同企画)

■9月(遅くとも10月より)の「旅の友」の本誌及びバスツアーから“トピックス”のページにスペースをとっていただき、継続的にコンセプトや商品説明・報告を行なう

■Webにおいても、専用スペースを作成する

(2) 数値目標

年度	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
2004年度比 総参加申込者数	20,000人増	40,000人増	80,000人増	160,000人増	380,000人増
2004年度比 もっと優しい旅 参加申込者数 (3箇所バス計)	10,000人増	20,000人増	40,000人増	80,000人増	160,000人増

注意) 表の人数は、参加のべ人数ではなく参加者実数

(3) 予算目標

各支店にて

おわりに

実現に向けて

今回、企画書を作成するにあたり、首都圏の各バス旅行センターの様々な立場の方に“もっと優しい旅の実現について”の説明をし、ご意見を伺うことができ、多くの方に一応にご理解いただいたと感じています。ただ、具体的な商品の違いでも明らかですが、「優しい・ゆったり・のんびり・安心…」等の抽象的な言葉の旅に対する各担当の方の認識が様々で、これらのコンセンサスをどうとっていくかということと、同様にお客様にもどのようにご理解いただき、ご支持いただける説明ができるかが、大きな鍵となることをあらためて実感しました。

この取り組みを成功させるのは、企画担当者だけでなく、それに携わる多くの方や、お客様と十分にコミュニケーションをとり、それらをしっかり調整し、確実に実績をあげることだと考えます。

「旅の友」や「たびともバスツアー」、「WEB」等の媒体で、メンバーズやエコースタッフの皆様にもご協力いただき、会社全体で盛り立てていければと考えます。

バリアフリー旅行センターの10年間の歴史の中で、FSとして8年間ガムシャラに走り続け、多くのお客様と出会い、別れ、様々な経験を積ませていただき、本当の旅の意義や効能、そして素晴らしさを体で覚えることができました。まだまだ、バリアフリー旅行センターで置り残したことはありますが、これからの10年は、バリアフリー旅行センターの益々の発展を後輩や同僚に託し、まだまだ旅に不安を感じているお客様が、旅の感動の思い出を一つでも多く人生で残せるようにお手伝いが出来、それらの活動が会社の利益にも十分に応えられるような仕組み創りを実現したいと考えます。

「もっと優しい旅」実施提案書 資料

(資料 1) CT 東京バス旅行センターにおける「お客様の運動機能等に配慮していると思われるバス旅行商品」の現状について

(資料 2) 旅のユニバーサルデザイン化実現に向けた全社的な取り組みを実行する

(資料 3) 他社（株式会社ジャルパック）による身障者に対する不適切な対応から学ぶ

(資料 4) 他社（JTB とニッコウトラベル）におけるノーマライゼーションへの取り組み

(資料1)

クラブツーリズムでの「ゆったり旅行及び高齢者に配慮された(バス等)」
取り組みの現状(04年度)

2004年度あたりから、量販セクションにおいても、急速に高齢者を意識した優しい旅に対する関連商品が造成されるようになってきました。下表1でも分かるように、3年前のそれに比べて販売商品数でも4倍となっております。理由としては、国内における旅行環境が、高齢化によりバリアフリー化等が進んだと考えられますが、何よりも各企画担当者が、予算執行の為にお客様の様々なご要望に応えるべく、少しずつ変化している現われでないかと考えます。

しかし、下表2でも分かるように、“優しい旅のポイント”や“高齢者限定の安心のポイント”等が各旅行センター毎だけでなく、同じ箇所においても年数や媒体によって、そして何よりも“担当者の認識や思いにより”定義が異なる場合が多かったり、企画が単発であったりすることから、お客様が、まだ“優しい旅に対するブランド”のイメージを受け入れにくいのではないかと考えます。

表1. 東京バス旅行センターによるゆったり旅行・高齢者対象にした旅行の企画状況>

2005年度	05年			04年										合計	平均
	3月	2月	1月	12月	11月	10月	9月	8月	7月	6月	5月	4月			
高齢者限定75以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.05
高齢者限定65以上/ゆとりの旅	0	1	1	0	2	1	9	2	0	0	2	2	20	2.66	
ゆったり行程	2	2	7	2	2	0	1	0	0	0	2	0	18	2.05	
ゆっくり出発・早めの帰着	3	3	7	2	5	1	1	0	2	3	2	0	29	2.72	
トイレ付きバス利用	9	8	13	6	8	5	11	5	11	5	11	4	96	8.83	
足元ゆったりバス(9、10、11)列	2	4	8	2	8	2	9	0	10	7	7	6	65	5.55	
3列スーパーシート	0	0	0	0	3	2	1	0	3	0	3	0	12	1.22	
おひとり2席利用	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.27	
その他	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4	0.5	
上記合計	16	18	37	12	28	11	32	7	26	15	30	12	244	23.8	
たびともバスツアー全コース	149	170	377	221	498	194	341	176	426	152	397	185	3286	290.2	
割合(%)	10.7	10.6	9.8	5.4	5.6	5.6	9.3	3.9	6.1	9.8	7.5	6.4		8.2	

2002年度	02年			01年										合計	平均
	3月	2月	1月	12月	11月	10月	9月	8月	7月	6月	5月	4月			
高齢者限定75以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
高齢者限定65以上/ゆとりの旅	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ゆったり行程	5	5	1	2	5	1	0	1	1	2	2	2	27	1.88	
ゆっくり出発・早めの帰着	5	4	1	1	3	3	2	1	1	1	1	2	25	2.66	
トイレ付きバス利用	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	0.94	
足元ゆったりバス(9、10、11)列	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	0.33	
3列スーパーシート	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
おひとり2席利用	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.05	
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.11	
上記合計	12	10	3	4	9	5	3	3	4	5	4	5	67	6	
たびともバスツアー全コース	399	287	349	383	559	519	436	427	440	371	430	490	5090	415.1	
割合(%)	3.0	3.4	0.9	1.0	1.6	1.0	0.7	0.7	0.9	1.3	0.9	1.0		1.5	

首都圏各サテライトバス旅行センター対象(2004年4月-2005年3月) ※今後の比較の為2004年4月も含める

表2. 各サテライトのバス旅行センターが企画する“ゆったり旅行・高齢者対象”の定義

箇所	条件・安心のポイント
東京 バス	<p>■65歳以上の皆様のためのツアー-高齢者限定 ※たびともバスツアー2005年6月参照</p> <p><安心のポイント></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ゆっくり出発して早めに宿へ到着。 ・ 旅程もゆったりしていてゆとりがあります ・ トイレ付きのバスで催行。休憩はこまめに長めに ・ TD（添乗員）は、2名同行。気軽に声をおかけいたします ・ バスの乗降時に踏み台とTDが手をお貸しします ・ 食事はイスとテーブルの席で足もらくらく ・ お客様のアンケートで好評の温泉ホテルに宿泊（洋室の指定が可能・出発の10日前までにお申し出ください） ・ 1名様から1室ご用意します（割増料金あり） <p>■65歳以上の皆様のためのツアー-高齢者限定 ※たびともバスツアー2004年11月参照（#37635）</p> <p><安心のポイント></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 早めに宿へ到着。行程もゆったりしています ・ トイレ付きのバスで快適な旅を。休憩はこまめに長めに ・ バスの乗降時に踏み台とTDが手をお貸しします ・ TDは2名同行します。お気軽に声を掛けてください ・ 食事はイスとテーブルの席なので足もらくらくです ・ 夕食の懐石料理などお得な1泊4食付き ・ 好評のホテルで洋室をご用意します ・ 1名1室も承ります <p>■65歳以上の皆様のためのツアー-高齢者限定 ※たびともバスツアー2004年10月参照（#35339）</p> <p><安心のポイント></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 早めに宿へ到着。行程もゆったりしていますトイレ付きのバスで快適な旅を。休憩はこまめに長めに ・ 車窓からの景色を中心とした安心の旅程 ・ バスの乗降時に踏み台とTDが手をお貸しします ・ TDは2名同行します。お気軽に声を掛けてください ・ 食事はイスとテーブルの席なので足もらくらくです ・ 1泊で4色とおやつ・お茶付きで昼食・夕食にこだわり <p>但し、当ツアーは介護プランではありません。宿泊は1名様1室も可能（割増料金有）</p> <p>■65歳以上の方におすすめの旅 ※たびともバスツアー2005年5月参照（#44677）</p> <p><安心のポイント></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 行程はゆったり。宿に早めの到着 ・ 休憩はこまめに長めに ・ 1名様1室もご用意 ・ 食事はイス・テーブルで ・ 駐車場隣接のサクラノボ農園を厳選 ・ 安心の1泊4食付き <p>■特選 ゆとりの旅 ※たびともバスツアー2004年9月参照</p> <p>上質な宿で、心安らぐ優雅なひとときを。</p> <p><3つのお約束></p> <ol style="list-style-type: none"> ① 朝は早過ぎない8:30以降に出発 ② 宿へは早めの16:30までに到着します

	<p>③ 1日目の宿の出発はゆっくり9:30以降</p> <p>■特選 ゆとりの旅 ※たびともバスツアー2004年3月参照 <5つのお約束></p> <p>① 8:00以降に出発 ② 宿へは早めの16:20までに到着します ③ 最終日はゆっくり10:00以降に出発 ④ 行き先を絞ってゆったり観光します ⑤ 昼食付きのツアーは料理内容を厳選してご用意します</p> <p>■高齢者にやさしい旅 ゆったり行程・宿・TD・バスにこだわる ※ <u>たびともバスツアー2004年3月参照</u> <10のお約束></p> <p>① 安心のトイレ付きバス ② バスは乗降口が2箇所 ③ ドライバーは2名で安心 ④ 添乗員2名がサービス ⑤ 3日とも昼食付きで安心 ⑥ 食事はイスとテーブル席で ⑦ 見学は通常より30分長く ⑧ 早めに宿へ、ゆっくり出発 ⑨ 2泊とも最高の宿へ（当社比） ⑩ 2泊とも温泉で露天風呂</p>
横浜 バス	<p>■高齢者限定（65歳以上／目安／の方におすすめ） ※<u>たびともバスツアー2005年6月号参照</u> <安心のポイント></p> <ul style="list-style-type: none"> ・行程はゆったり。宿に早めの到着 ・休憩はこまめに長めに ・1名様1室もご用意（1,000円増。数に限り有） ・食事は、イス・テーブル席で ・駐車場隣接の観光地を厳選 ・食事は安心の4食付きで
さい たま バス	<p>■悠優ゆとり旅（ご旅行をあきらめていませんか） ※<u>たびともバスツアー2005年6月号参照</u> <3つのお約束></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ゆっくり出発。観光地を絞ったゆったり行程 ・トイレ付きバス利用で、安心！ ・食事はイス・テーブル席でおとりいただけます。足もらくらく
多摩 バス	未確認
湘南 バス	未確認
千葉 バス	未確認

(資料 2)

～「価値ある経験」の創造を円滑に実現するための旅行環境の整備と
「社会貢献活動の推進」の総合的な取り組みについて～
旅（主催旅行商品）のユニバーサルデザイン化実現に向けた全社的な取り組みを実行する

“旅行参加を希望するすべての人のため”のユニバーサルデザイン化とは、「すべての人が満足するただ一つの旅の形を追及する」ことではなく「一人でも多くの人々が満足する様々な旅・サービスの形を追及する」ことであると考えます。

クラブツーリズムでは、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、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、お客様のニーズが、現在の「安くて様々な経験ができる旅行」だけでなく、「旅行者自身の体力に合ったもので、且つ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。

そしてそれらの先駆けとして、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が創設され、「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、少しずつ体力的に不安を抱えているお客様に対しての取組みがそれぞれ進んできています。

しかし、バリアフリー旅行センターも含めて、それらの取り組みが、クラブツーリズム・旅の友会員390万世帯に対して計画的且つ総合的、又は各地域エリアで均一的に営まれておらず、お客様が自身の体力と相談して選択できる旅行商品・サービス、又はそれらを実行・成果を出す社内のシステム作りや啓蒙活動を（全社的に）早急に実現させる必要があり、それらの活動が2005年3月28日に行われた第一回全体会議で高橋会長よりお話をあつた“「価値ある経験」の創造”を全社均一的に実現するための環境作りに寄与できればと考えます。以下の表はこれらを実現するために必要な具体的な活動について提案するものです。今後は、以下の活動を計画的に推進しクラブツーリズム全体での販売高・収益向上を中心とした利益に貢献できる様、各関係箇所、パートナーズ、お客様とともに努力していきたいと考えます。

【旅（主催旅行商品）のユニバーサルデザイン化実現に向けた全社的な取り組み】

対応箇所	内容
<p>1. 量販又はコミュニティ旅行、クラブ等 （営業企画部・各サテライト・CHIE HOUSE）</p> <p>「もっと優しい旅」 ※本企画書 ※取り組みに関する相関図別頁参照</p>	<p>（1）<u>イントラネットでの身障者理解や対応報告等の情報発信</u> ※（例）心臓ペースメーカーを所有している方の対応や、国内旅行における在宅酸素療法患者に対するの対応等</p> <p>（2）<u>CHIE HOUSEにおける身障者理解の研修の実施</u></p> <p>（3）<u>対応デスクの設置</u> ※これよりクラブツーリズム全体の身障者参加状況や対応状況等を把握することができ、今後の対応や社員教育、商品造成に反映させることができます ※身障のある方からのご予約を“どう受けるか”“どう断るか”の判断材料を提供することで、その作業効率が向上する</p> <p>（1）<u>首都圏サテライトとの共同企画・ゆったり旅「もっと優しい旅」の商品開発</u> ※スタートは、バス旅行からで今後GTや海外にも対応していければと考えます</p> <p>（2）<u>より安全で快適な福祉用具の販売と開発</u> ※身障者又は要介護者は、介護保険や身障者による給付等で販売のメリットがほとんどありませんが、要支援レベル等の方はそのような措置や対応がないために、便利グッズとして積極販売ができる。（福祉用具は、R率が30－50%もあるために、箇所収益にも貢献できます）</p>
<p>2. バリアフリー又は予備軍（バリアフリー） ※（8）においては、営業企画部と協創する</p>	<p>（1）<u>バリアフリー主催旅行商品の充実</u></p> <p>（2）<u>バリアフリー手配旅行による身障者組織団体との更に強力な関係作りの推進</u> 【将来の取り組み】（2010年までに実行）</p> <p>（3）<u>介護旅行の商品開発</u> ※バリアフリー主催旅行に取り込んでいくのが望ましいと考えます</p> <p>（4）<u>クラブ活動の推進</u> ※（例）車いすダンスクラブ、バリアフリースキューバダイビングクラブ、バリアフリー四国お遍路クラブ、バリアフリー旅行環境を考える会等</p> <p>（5）<u>身障者の外国人旅行商品の開発</u></p> <p>（6）<u>国内外の高齢者福祉や障害者福祉を学ぶ視察旅行商品の開発</u></p> <p>（7）<u>身障者や後期高齢者における「旅の効能やマーケット」を調査する取り組み</u></p> <p>（8）<u>パートナーズや自治体との連携による旅行環境のバリアフリー化の推進</u></p> <p>■バリアフリー旅行センター（主催旅行）の今後の役割として、より障害レベルが重度のお客様に対して、“より専門性に特化した存在”になることが望ましいと考えます（現在の商品の中で、介護旅行を取り込んでいく）</p> <p>例1. 在宅酸素療法患者の海外旅行推進にチャレンジする 例2. 透析患者の海外旅行取扱いをJTB品川支店を抜いて日本一に</p>

<p>3. 全社的な取り組み (営業企画部・バリアフリー旅行センター)</p>	<p>【顧客参画の推進】 (1) <u>トラベルサポーター育成</u> ※肢体不自由者・高齢者対象のサポーターはホームヘルパー2級以上の資格が必要 ※視覚障害者対象のサポーターはガイドヘルパーの資格が必要 ※聴覚障害者対象のサポーターは手話が上級レベル(観光地や添乗員からの案内事項を即座にお客様に伝えることができる) ※トラベルサポーターに「バリアフリー旅行センター」と「もっと優しい旅」に1-2名同行していただき、お客様の身体状況や精神面での不安を取り除くお手伝いをしていただく ※将来的には“量販ツアー”にもご案内したいと考えておりますが「肢体不自由者対象」だけでなく、「視覚障害者のガイドヘルパー」や「聴覚障害者の簡単な手話通訳サポート」のサポーターもコーディネートできればと考えます。</p> <p>(2) <u>フェローフレンドリースタッフのバリアフリー研修実施</u> フェローフレンドリースタッフでホームヘルパー2級以上の資格を所持している方への特別研修会を実施し、フェローフレンドリースタッフの中の「バリアフリー旅行」又は「ゆったり旅行等」に同行していただく専属スタッフを作る</p> <p>【より安全で快適な旅をサポートし、旅行に出やすい環境作りの推進】 (3) <u>福祉用具の積極的な販売(各セクションへの利益にする)</u> ※お客様が使用している杖や鞆、靴、旅行グッズ等の福祉用具をツアー中に紹介していく(オプション販売の充実)</p>
--	--

(資料3)

**量販ツアーに参加される身障のお客様への対応が
「クラブツーリズムが目指す3つの価値」の創造に大きな影響を与えます
他の旅行会社(株) ジャルパックによる身障者に対する不適切な対応から学ぶ**

未だ多くの旅行会社では、「身障のあるお客様が量販ツアーに参加される」際に、以下のよう
な担当者の身障者に対する知識不足等で不適切な判断が行われるケースがあり、身障者
等との様々なトラブルが大小発生しています。そして、これらの対応によっては社会から
の強力な反発を受けることになり、今後クラブツーリズムにとっても、推進する“3つの
価値”の実現に向けて、大きな障壁となる可能性もあります。

現段階においても、それらのそれぞれの対応は社内で検討されたことが、経験としてそれ
らの情報を共有することなく、再び同じ過ちを経験するケースも少なくありません。身障
者に対する理解や知識は、一朝一夕には得ることが出来ず研修ではあまり効果を出すこと
はできないと考えます。(長期的には有効ではあります)また、障害が“お客様の身体状態
そのもの”ではなく“観光地の状況とお客様の身体状況とのギャップ”であると考えられ、
その最終的な判断はこれからも各方面の担当者が行うことが望ましいと考えます。ただ、
身障者に対する知識と過去の対応経験は、イントラネット等で管理し、すべてのスタッフ
が常に閲覧し、常に適切な判断ができる環境を作ることが現段階においては最善の対応で
あると考えます。

1. 自閉症の客「拒否も」ジャルパック同意書を要求指摘で廃止

2004年5月25日

朝日新聞

日本航空の関連旅行会社ジャルパック(本社・東京都)が自閉症の旅行者に対し「飛行機
の搭乗を拒否される場合がある」などと記した同意書にサインを求めていることがわかっ
た。東京都の女性が、同社主催の旅行に自閉症の長男(20歳)を含む計3名分を申し込み、
「息子と席を隣同士にしてほしい」と告げたところ、「航空会社の判断で搭乗を拒否される
場合がある」「他の客に影響がある場合、代替手配にかかった実費を負担すること」と書か
れた同意書に署名を求められた。00年に自閉症の申込者が騒いで機長から搭乗を断られた
ことがあり、以降独自の判断で自閉症の人に限って同意書を取るようになったという。同
社広報部は「これまで抗議などはなく、落ち度に気づかなかった」と釈明、日本航空広報
室は「同意書は必要ない」という。「自閉症児(者)を家族にもつ法律家の会」世話人の佐
藤彰一弁護士は「トラブルは誰にでも起こりうる。自閉症の人だけを事前に区別するのは
おかしい」と話す。

2. ジャルパックの責任者との面談要旨

2004年9月28日

社団法人 日本自閉症協会

海外旅行で同意書を求められた件に関して、9月27日にジャルパックの責任者と行った
面談の要旨は次のとおりです。

(ジャルパックより)

1. 同意書の提出を求めたことについては、誠に申し訳なく心よりお詫び申し上げます。
会社としては、正式な手続きを経て決定したことではなく、一部の判断で行っていたもの
ですが、管理が届かずお客様及び多くの関係者の皆様にご迷惑とご不快な思いを
させてしまい、重ねてお詫び申し上げます。今後、このようなことが起きないように、今回
の問題を社内および全国の提携している販売店に周知し、十分なる注意をいたします。

2. 同意書は9月24日付けで、撤廃いたしました。
3. 今後とも、自閉症の方に安心して海外旅行をお楽しみいただけるよう、正しい理解促進のための社内研修等必要な整備をいたしたいと考えておりますので、ご協力をお願いいたします。

(協会より)

1. 同意書の提出を求められた人は、大変な思いをされたことと思います。特定の障害を理由にこのようなことが行われたことは大変に残念なことであると考えます。自閉症についての誤解も、このことの中にあつたものと思います。

お話いただきましたように、今後はこのような事が起きない様、社内および提携されている販売店への徹底をお願いします。

2. 今回のことを機会に、自閉症のことを申し込みの受付から機内乗務員、添乗員など、関係する多くの方々に知っていただき、安心して旅行に行くことができるように整備していただきたく思います。周りの方が理解をしていただき、若干の配慮をいただくなど環境の整備をいたしますと、より安心して旅行を楽しむことができます。

3. 日本自閉症協会としても、このような環境整備のために、必要な協力をさせていただきたいと思つています。

(その他)他の会社も含め旅行に関係する皆様に、自閉症の理解をいただけるよう、今回の問題に発した改善・整備の取り組みをすすめていきたいと、前向きな話しとなりました。

(資料4)

他の旅行会社 (JT Bとニッコウトラベル) ノーマライゼーションへの取組み

身障者の旅行に関しては、歴史的にはJT Bの取組みが最も古くから行なわれています。1995年以降、クラブツーリズムのバリアフリー旅行センターが専門部署を業界で初めて設立し、主催旅行部門に関しては取り扱いは、業界トップとなっています。しかし、超高齢社会到来に伴う後期高齢者に対する国内専門ツアーは、現在存在せず(海外は一部、丸の内倶楽部やニッコウトラベル等) 今回の取組みは、業界にとっても初めてとなります。

株式会社 ジェイティービー

JT Bにおける旅のノーマライゼーションへの取組み (JT Bホームページより)

JT Bではこれまで、すべてのお客様が安心して快適なご旅行をお楽しみいただけますよう取組んでまいりました。また、体の不自由なお客様、高齢のお客様など何らかのお手伝いが必要なお客様につきましても、以下(表)のようなサービスのご提供、旅行内容の改善に努めてまいりました。これらのノーマライゼーション推進活動の多くは現在も継続し、活動の幅も拡大しています。

1991年	海外パッケージ旅行「ルックJT B」の中で「車いすで行くアメリカ」、「車いすで行くカナダ」を企画し発売。(業界初)
1994年	全社的にノーマライゼーションを推進するための部署(「ノーマライゼーション推進デスク」)を設置。
1995年	体の不自由なお客様の旅行に関する社内相談窓口として「Dデスク」を設置。ご相談・アドバイス業務を開始。 「盲導犬と行く海外旅行」(EUR方面)を実施(団体旅行としては業界初) 国内旅行促進のための展示会「旅フェア'95」で、障害をもつ人・高齢の人の旅行促進ブース「ぼらんたび」を共同出展。 JT B出版事業局発行「宿泊情報」にバリアフリー対応の「人に優しい宿」を掲載。(業界初) 国内・海外におけるバリアフリー旅行情報を収集し、お客様に配布。
1996年	障害をもつお客様のための旅行会社「株式会社トラベルネット」を設立。(ゼンコロ、三菱商事、JT Bの共同出資。専門旅行会社としては業界初) 旅行業約款の改訂に伴い、主催旅行条件を改訂するとともに、海外主催旅行用聞き取りシート「Dシート」を制定。 社員のノーマライゼーション理解を深め、旅行営業に役立てるためのセミナー・研修を各地で開催。
1997年	宿泊商品「セレクト3000」のパンフレット及びホームページに、バリアフリー宿泊情報を掲載(業界初)。
1998年	長野パラリンピックにおいて、選手団の移動・観戦のお客様のサービスなどに全面的に協力。 JATA(日本旅行業協会)理事会承認の「障害をもつ人・高齢の人などの旅行についてのJATA会員向けガイドライン」策定に協力。
1999年	JATA(日本旅行業協会)発行、海外主催旅行の取扱い手引書「ハートフル・ツアーハンドブック」の編集に協力。 海外主催旅行においては、JATA制定の「ハートフルシート」の利用を社内ですべて統一。 「JT B行動規範」の中で、全社として旅行のノーマライゼーションへの積極的な取組みを規定。
2000年	海外パッケージ旅行「ルックJT B」(ハワイ・グアム/いずれも首都圏発)

	<p>において、車いす利用のお客様に対するサービスを拡充。 社内のDデスクと株式会社トラベルネットを統合し、福祉専門セクションとして「JTBトラベルネットデスク」を設置。 JTBホームページに「バリアフリー・プラザ」ページを開設。 シドニー・パラリンピックの入場券総代理店になるとともに、選手団・観戦の方々の旅行をご案内。 中学生・高校生の修学旅行に、「福祉のまちづくり」体験学習プログラムをご提案。</p>
2001年	<p>「JTBトラベルネットデスク」を「JTBバリアフリープラザ」に名称を変更し、福祉関連ツアーへの取組を推進。</p>
2002年	<p>国内・海外バリアフリー主催旅行「ソレイユ」、宿泊プラン「バリアフリーのお宿」を発表。 バリアフリープラザホームページに聴覚障害者向け情報提供画面を新設。</p>

また、この他にも、全国障害者スポーツ大会、全国傷痍軍人会、アビリンピック参加、全国ろうあ大会、福祉施設・作業所の旅行、養護学校の修学旅行・校外行事、老人ホームの旅行などを、全国のJTB支店にてお手伝いしています。さらに、旅を通しての活動に加え、クリーンアップキャンペーンにおけるノーマライゼーションをテーマとした取組み、阪神大震災で被災されたお年寄りに温泉を楽しんでいただく活動、JTBデータサービス（特例子会社）による障害者雇用の拡大、社内手話サークルの運営などを行っています。今後もノーマライゼーション活動を通じて旅行会社の責務を果たすとともに、すべてのお客様にご満足いただけるサービスをご提供するために努力してまいります。

株式会社 ニッコウトラベル

ツアーの特徴

【前日は空港ホテルに宿泊】国際線の出発が午後1時までの場合、前日は成田・関西空港等のホテルに宿泊していただきます。朝食後にゆとりを持ってご出発していただけます

【募集人数は定員25名様】グループの人数が多すぎるとは、せっかくの旅行もゆっくりと楽しめません。団体旅行として最適な25名さまを定員とさせていただきます。

【誠実な添乗員とガイドが同行】誠実な添乗員とガイドを同行させています。手続きやお世話は添乗員、ご案内はガイドというように、きめ細かい配慮を心掛けております

【お荷物無料集配サービス】お荷物をご出発前にご自宅から集荷し、ご出発日に空港へ無料でお届けします。もちろんご帰国の際にも、空港からご自宅へ無料で配送いたします。

【午前9時出発、ホテル着夕方4時半】見応えのある観光スポットは、できるだけゆったりと見学していただきたい。そこで一日の行程は朝9時出発、夕方4時半ホテル着を原則としています。

【無線受信式ガイドシステム】小型無線受信機によるガイドシステムで、イヤホンから直接ガイドの説明を耳元にお届けします。カメラを撮影しながらでも説明が聞けます

【ゆとりある2連泊が基本】ホテル滞在が1泊では、荷物の整理など慌しくなり、疲れが残ってしまいます。同じホテルに連泊することで、ゆとりある行程を可能としました旅のゆとり度をマークで表示



ゆとりの度

■ ニッコウトラベルの旅作りの基本です（ゆとり度①）

連泊を取り入れながら、各訪問地の魅力をしっかりとご案内いたします。徒歩観光には1時間程度に1回の休憩を取り、見どころが集中している日は、9時出発4時30分着の原則から、発着時間が若干前後することがございます。見どころをしっかりと見てまわりたい方にお勧めのコースです。

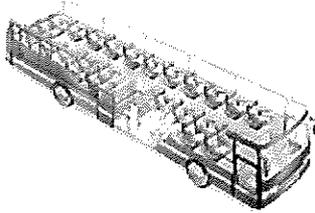


■連泊中心で、9時出発4時30分着の日程を原則としています(ゆったり度②)
 徒歩観光には長い階段や急な坂道の上下りはありません。
 徒歩観光の際には30分程度に1回休憩を取りながら、ゆったりとご案内いたします。



■海外旅行に対して体力的に不安を感じている方にもご参加いただけるコースです(ゆったり度③)
 観光は車窓観光が基本となりますが、徒歩観光をしていただく際には、徒歩時間は最小限にとどめます。
 もちろん、9時出発4時30分着を原則とします。また、お疲れの日にはお部屋でお休みいただくこともできるよう、2連泊、3連泊以上が中心です。

ゆとりのシートのスーパーリラックスカー



■ ニッコウトラベルでは、お客様にさらに快適な観光をお楽しみいただくために、ゆったりくつろげる専用バスを開発し、ヨーロッパツアーに採用しました。このスーパーリラックスカーは、従来の大型バスの大きさに定員30人と、1人1人のスペースをたっぷりとゆとりを持たせた設計。たとえば新幹線のグリーン車、飛行機でいえばビジネスクラスをイメージ。ゆったりとした室内、豪華なシートで、乗り心地だけでなく、乗り降り、ご休息にも違いを実感いただけます。ますますヨーロッパは、くつろぎの旅へ。快適さにあくまでもこだわった、ニッコウトラベルだけの専用バスです。



■ 構造/天井の高い中2階建ての構造。階段はステップを1段増やし段差も少ないので、乗り降りがとても楽です。

■ スペース/通常50人(4列 50座席)の大型バスのスペースを30人乗り(3列 30座席)に改良。座席まわりや通路、乗降口が広々としていて、ゆったりとした気分と乗り心地が満喫できます。

■ 座席/ゆとりの座席は、特に前後にたっぷりと余裕を持たせた設計。大人のお客様が足を伸ばしても余るほどの長さです。もちろんシートは、楽な姿勢を保つためのリクライニングや、フットレスト、アームレストが付いています。

各種サービス

【在宅介護サービスの紹介】お客さまが海外旅行に参加されている間、留守宅に介護が必要な方がいらっしゃる場合は、「在宅介護サービス(有料)」をご紹介いたします。このサービスにより、これまで長期間ご自宅を留守にできなかった方にも、安心して海外旅行をお楽しみいただけます。

【日本からの連絡や情報を…】ヨーロッパ方面のツアーでは、添乗員が携帯電話を常時持参しておりますので、日本から旅先のご家族へは24時間いつでも連絡が可能です。株の値動きが気になる株主の方には、旅先にファックスで指定銘柄の株価をお知らせする「株価情報サービス」をご利用いただけます。

※船が海洋渡航中など、一部通信が困難になる場合もあります。

【キャンセル1/2制度】何らかの理由により、直前にキャンセルされた日から1ヶ月以内に、4ヶ月以内の当社の他のツアーに変更していただく場合はキャンセル料を半額にさせていただきます。