

観光困難階層についてのユニバーサルツーリズム

Universal Tourism for the Limited Mobility Group

秋山哲男*・大西康弘**・佐藤貴行**

Tetsuo Akiyama

Yasuhiro Onishi

Takayuki Sato

摘 要

障害者・高齢者など自立した観光が困難な人々は移動や宿泊などの介助を必要とする。これらの人を観光困難者（あるいは移動困難者）という。ユニバーサルツーリズム（以下UTと言う）あるいは、バリアフリーツーリズム（以下BFTと言う）はこうした自力での観光が困難な人々に移動や介助、宿泊などの支援を必要とする人に対して組織的に支援する仕組みのことをいう。本論は、ユニバーサルツーリズムは、1990年台後半「旅とぴあ北海道」（旭川市の下間氏が主宰）が我が国のUTの最初であり、その後2000年台から伊勢志摩バリアフリーツアーセンターなど小規模・零細なNPO法人が20か所以上出現しているが、その歴史は浅く普及もこれからであることから、①予備的研究としてUTの関連制度とUTの支援項目や組織体制整理すること、②UTの抱える具体的課題を実験的なモニターツアーによって明確にすること、③観光業者のUTに対する意識とその実態を明らかにすること、を目的とする。本研究では、まず、往復や現地の交通基盤のバリアフリー化、宿泊や入浴介助に関係する介護保険制度、観光地の移動に関連する移送サービス等の制度の整理、さらに支援項目や着地型、発地型の支援組織の整理を行った。次に、UTの抱える具体的課題について、UTモニターツアーの参与観察によって得られた課題等について整理した。そして、障害を持って以後、初めて旅行に参加する不安の大きさや、旅先での入浴介助の実態、料金設定やバリアフリー状況等の移動困難者がツアーで重視するポイント、サポーターの参加理由や、介助範囲の違い等、実際の体験者の視点を通してでなければ把握することの難しい知見や実態について整理した。続いて、観光事業者（事業者、旅行社、旅行事業者等とも言う）がUTに今後どのようにかわる可能性があるのかを明らかにするために、旅行事業者を対象としてUTに関するアンケート調査を行った。その結果、旅行業者は、UTの必要性を感じているが、「妥当な価格で旅行サービスを提供するノウハウがない」ことがわかった。また、先進事業者へのヒアリングなどから、UTの普及に向けた移動困難者の市場の掘り起こしなど、旅行事業者の対応の方向性を示した。

1. UTの定義と既往研究の課題の整理

1.1 ユニバーサルツーリズムの定義

障害者・高齢者など自立した観光が困難な人々を、本論では観光困難者（あるいは移動困難者）と言う。観光困難者は、旅行する場合、移動や宿泊などの介助を必要とすることが多い。このような観光困難者の旅行支援を従来行ってきたのは主に家族や知人であった。しかし、近年公共交通のバリアフリー化、介護の外部化などが進んだことなどにより、観光困難者の観

光旅行における組織的支援をNPO法人や旅行業者が手探りで実施している。このような支援システムをユニバーサルツーリズム（以下UT）、あるいはバリアフリーツーリズム（以下BFT）と言う。UTは、1990年台後半「旅とぴあ北海道」（旭川市の下間氏が主宰）が我が国のUTの最初であり、その後2000年台から伊勢志摩バリアフリーツアーセンターなど小規模・零細なNPO法人が20か所以上出現している。そして全国展開されている「日本バリアフリー観光推進機構」（2011年から旭川、伊勢志摩、松江、旭川、福島、伊豆、四国、呉安堵のNPO法人）は、観光地の活性化や人にやさしい地域づくりを基本に観光地の再生を目的としている。また、「日本ユニバーサルツーリズム推進ネットワーク」（旭川・新潟・東京・横浜・神戸・高知・熊本・沖縄などのNPO法

*北星学園大学経済学部

〒152-0022 東京都目黒区柿の木坂2-15-2

e-mail aki@k08.itscom.net

**株式会社オリエンタルコンサルタンツ

〒192-0397 東京都渋谷区本町3丁目12番1号

住友不動産西新宿ビル6号館

人)は、何らかの障害をもつ人たちが、旅を通して新たな人の交流や様々な出会いと体験から、「来てよかった」「旅してよかった」と実感し、社会参加に対する新たな自信を広げるきっかけになることを目的」としている(旅とびあ北海道:2012, 一般社団法人日本旅行業協会:2012, 日本バリアフリー観光推進機構:2012, 日本ユニバーサルツーリズム推進ネットワーク:2012)。

以上のことを踏まえ、本論ではUTあるいはBFTを「障害者・高齢者など自立した観光困難者に対して移動や介助、宿泊などを必要とする人に対して組織的に支援する仕組み」と定義する。

1.2 既往の研究の課題

本論のUTに関連する過去の研究を、(1)利用者の観光ニーズ、(2)環境整備(①自治体のUTに関連する介護サービスの制度、②UTの着地における研修・人材育成、③NPOにおけるUTの全国組織化)、に分けて文献レビューを行った。

(1)利用者の観光ニーズ

水野は、ユニバーサルツーリズムの対象者の調査として、介護を必要とする人の分析から、旅行したことがある人は28.5%、旅行で不安なことは入浴するのが難しいことや、目的地での移動が難しいこと、などを指摘している(水野, 2012)。石塚は、視覚障害者の観光行動は3割が一人で行動し、観光する人は一般の人と同様な観光行動をすることを実証的に示している

(石塚, 2010)。糟谷は、自立生活の一つとして重度障害者のAさんの旅行に同行し、企画段階から旅行当日までのすべて場面を記録し、①制度の問題点と課題として、介助者の確保とその費用の問題や移動、宿泊にかかる費用の問題があることを示し、さらに、②環境の問題点として、利用する福祉用具と環境との不適合、移動経路に存在するバリア、宿泊先のバリアをそれぞれの場面で生じた問題点とその課題を整理している(糟谷, 2009)。

以上から観光困難者はまだ多様な問題を抱え、その調査も不十分である。

(2)環境整備

ここでは、自治体の対応、人材育成、UTの組織化、の3点から:」文献を整理する。

①自治体の介護サービスの制度

全国の自治体(北海道、東京都、大阪府、兵庫県、島根県)を対象とし、「旅行時の居住地外での公的介護サービスの給付」が、自治体毎に異なる制度運用や、高齢者と障害者のサービス給付に違いがあることを明らかにしている(糟

谷・秋山, 2010)、(社団法人北海道開発技術センター, 2010)、(糟谷・秋山, 2012)

以上から、今後は、自治体の中だけでなく、観光地でも使える制度の検討が必要である。

②着地における研修・人材育成

人材育成において、観光、交通、宿泊など異業種のサービス提供者に対して、障害理解、接遇など人材育成を行うプログラム作成を実践により行っている(糟谷, 2009)。

以上から、研修の実践とプログラムのバージョンアップが求められる。

③UTの組織化

1990年代後半に旭川の「旅とびあ」が誕生し2000年代の中ごろから、「WING KOBE」や「伊勢志摩バリアフリースペースセンター」が誕生した。その後、NPOを中心とするUT組織が全国各地出現し、2011年にはNPO団体の集合体である「日本バリアフリー観光推進機構」や「日本UT推進ネットワーク」などが誕生した。民間では「クラブツーリズム株式会社」、「株式会社昭和観光」、「ANAセールス株式会社」などが発地型を中心に実施している。2012年JATA日本旅行業協会の会員会社1126社のうちバリアフリー旅行問合を持っている会社はわずか24社(2%)である。以上から、NPO団体もJATAも観光困難者の対応を行っているが、その量的広がりや質的な水準確保もこれからである。(一般社団法人日本旅行業協会:2012)、(日本バリアフリー観光推進機構:2012)、(日本ユニバーサルツーリズム推進ネットワーク:2012)

2. 研究の目的と方法

2.1 研究目的

本研究は、UTに関する調査を実施したものと大西・秋山等(2012)と佐藤、秋山等(2012)の論文の2つを基に作成したものである。

本論の目的は、まず、関連制度を制度し、次にUTの抱えている具体的課題を実験的なツアーによって明確にすることである。さらに、観光業者がUTを積極的に取り入れる可能性を念頭に、観光業者の意識とその実態をとらえることである。

2.2 研究方法

まず、文献等からUT交通バリアフリー法(国土交通省)、道路運送法(国土交通省)、介護保険法(厚生労働省)などがUT推進にどのように関係するかを整理する。

次に、モニターツアーの実施によってUTにおける観光困難者およびサポーターにとっての課題についての調査研究少ないことから、大都市と地方のそれぞれにおいてモニターア

ーを実施し、モニター（参加障害者）と介助者（サポーター）の問題点と課題を明らかにする。具体的には、モニターツアーの参加者へ調査により、旅先での入浴介助の実態、料金設定やバリアフリー状況等ツアーで観光困難者が重視するポイント、サポーターの参加理由や、介助範囲（例えばトイレなど便座に移乗できるか否か、便座で座位を保てないか否か、衣類の上げ下げができるか否かなど）の違い等、実際に体験した参加者の視点を通してでなければ把握することの難しい知見や実態について整理・考察を行った。

最後に、UTにおいて旅行業者のUTに関する今後の取り組みの方向性に関する示唆を提供するために、旅行業者に対するアンケート調査と大西、秋山等の論文（2012）の考察を行った。

3. ユニバーサルツーリズムの関連制度と支援組織

3.1 ユニバーサルツーリズムの関連制度

観光困難者が旅行する場合、家族や知人による手厚い介助を前提とした旅行をすることが今までのスタイルであった。こうした観光旅行をできる人は限られており、多くの観光困難者は、介助者を頼むことができないこと、費用がかかりすぎること、などもあって観光をする頻度が少なく、かつ諦めることも少なくなかった。こうした家族中心の支援から他の人の支援に徐々に転換が始まったのは、公共交通のバリアフリー化や介護の外注化等の制度が進んだことによる。

今世紀に入って、①2000年に施行された「高齢者、身体障害者の公共交通機関を利用した移動の円滑の促進に関する法律」（交通バリアフリー法）、②2000年に施行された介護保険制度、③2006年に改定された道路運送法79条の「自家用自動車による有償旅客運送の創設、乗合旅客の運送に係る規制の適正化」、などによりUTをしやすくする制度が施行されてきている。

加えて国土交通省で作成した「観光のユニバーサルデザイン化手引き集」（国土交通省総合政策局、2008）ハード整備が中心だったものを、2008年10月に出来た観光庁が発足してから観光のソフト的支援がより強く認識され、UTの促進に繋がったと考えられる。こうしたハード整備の事例集が出ると、どうしても不足するのが人的対応である。UTは人的対応を基本としており、2011年から観光庁はUTのプロジェクトへとつながっていった。（国土交通省総合政策局、2008）

（1）交通バリアフリー法（2000年）

交通バリアフリー法とは、「高齢者・身体障

害者等の公共交通機関を利用した移動の円滑化の促進に関する法律」の簡略した名称で、平成12年に制定され、駅・鉄道車両・バスなど公共交通機関と周辺地域のバリアフリー化を行うものである。その後平成6年に制定したハートビル法「高齢者、身体障害者等が円滑に利用できる特定建築物の建築の促進に関する法律」（不特定多数、高齢者・障害者が利用する建築物等のバリアフリー化）と一体化し平成18年制定にバリアフリー法「高齢者・障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律」として制定された。

交通バリアフリー法により1日平均乗降客数5,000人以上の駅及びその周辺で、エレベーターや視覚障害者誘導用ブロック、多機能トイレ（誰でもトイレ：東京都）等のバリアフリーが整備された。またノンステップバス、ユニバーサルタクシー（車いすでも利用できるスロープ付きタクシー）等の導入により交通機関も、バリアフリー化されてきた。以上のように、同法によって、出発地や観光地の公共交通はある程度バリアフリー化されてきた。（交通エコロジモビリティ財団、2007）

（2）介護保険制度の実施（2000年）

この制度により介護や介護保険適用型の介護タクシーを1割負担で利用できるようになった。また介護の普及により観光地で介護者を求める土台ができた。（厚生労働省：2012）つまり、介護が家族中心に行われていた地域で介護サービスが受けられるようになった。

（3）路運送法のNPO法人運行の合法化

移動においても、2006年に道路運送法79条の「自家用自動車による有償旅客運送の創設、乗合旅客の運送に係る規制の適正化」によりNPO法人が、市町村等の主宰する運営協議会で認められると、通常のタクシーの2分の1の運賃でタクシーを利用し、移動困難者を送迎できることとなった。これにより、観光地でも観光困難者がリフト付きバン等のサービスを受けることができる土台ができた。

以上のように、公共交通を利用して、都市間の移動においても観光困難者が移動するためバリアフリーの仕組みがある程度が整ってきた。また、介護や移送が日常生活を支える仕組みとして定着し始めると、こうした移動困難者等の支援のツールを観光者にも適用する動きが出てきた。具体的には、それぞれのNPO等のUTセンターが移送サービスを自ら運営しているケースや移送サービス団体をコーディネートできるケースである。移送サービスとは移動困難者に対してリフト等の車両により目的地まで送迎するシステムのことを言う。（秋

山、寺島：2010)

3.2 観光困難者が必要とする支援

筆者の母の例（既に亡くなっている）であるが、観光困難者が旅行する場合、どの程度のハードルがあるかを示す。母には、当時は70歳台の慢性呼吸不全と下肢障害があり、旅行する場合には事前の準備が必要であり、空港の移動や観光地の周遊には介助がかなり必要であった。経済的に最も出費が多いのは、リフト付きタクシーの手配と出発地からの付添の人（私と妻）の交通費・宿泊費等である。表1は移動困難者のそれぞれの場面でどのような支援が必要かを示したものである。

3.3 ユニバーサルツーリズムの支援組織

移動困難者など介助者を必要とする人の場合、かつては、主に家族や友人などが介助をかねて旅行していた。しかし、これでは、家族などが同行できない場合は、移動困難者は旅行ができないことになる。この点を克服するためのサービスとして、旅行会社が依頼して介助者を連れてゆく「ツアー旅行介助等の付属型（発地型）」がある。また介助者を現地のみで必要とする「現地調達型（着地型）」もある。

表1 慢性呼吸不全の移動困難者の旅行に必要な手続き

場 面	必要な手続き
事前準備	・医者から旅行先の宿泊先で設置する酸素の機械を借りる書類を入手。 ・民間会社を通して指定した宿泊先に酸素供給装置設置を依頼。 ・航空会社に携帯酸素の利用の必要性を報告。 ・観光地での移動用にリフト付きバンを予約。
空港	・出発1時間前まで空港での携帯酸素と車いすの機内持ち込み手続き。
宿泊施設	入浴・食事・就寝時の介助など。
観光地	・リフト付きバンの乗降介助と移動介助 ・観光地の見学支援 ・お手洗い・食事の介助

注）筆者の母のケースをもと筆者が作成

(1) 「ツアー旅行介助等の付属型（発地型）」

ユニバーサルツーリズムにおいて旅行会社が提供する商品として、最も基本的なものは、一般ツアー旅行に介助者等をつける「発地型」

（HIS やクラブツーリズムなど）のサービスである。この場合、出発地から介助者を連れてゆくことが一般的である。しかし、このサービスのタイプでは旅行会社の通常のツアーのスケジュールに従って動くため、体調が変化しやすい人には向かない。また、移動困難者が介助者を自分で準備できない場合は旅行会社の用意した介助者がカバーできる範囲に移動が限られる。

(2) 「現地調達型（着地型）」

一般旅行会社に依頼して介助者付のツアーを手配する場合、介助者の費用がすべて加算され高いものとなる。その点を考慮し観光困難者が経済的に旅行しやすいように考えたものが「着地型」のサービスである。表2示した試算によれば、東京から大阪へ2人が2泊するケースでは、発地型が32万4千円かかるのに対して着地型は16万2千円と約半額で済むことになる。現在、こうしたUTが行われているのは全国で20か所を超える程度で（例：旭川、松江、伊勢志摩、福島、鳥取、沖縄、熊本、嬉野など）まだ普及が不十分である。また組織もNPO法人が中心で、供給体制は必ずしも十分ではない。これらはNPO組織運行する移送サービス団体（日本全国で千以上の団体、東京で百以上の団体、世田谷区で11団体、ロンドンでは市営が大規模を1か所、32の区であっても1つの区で1か所の規模の大きい団体）と同じで、一つ一つが小規模・零細の団体の運営で、数もかなり不足し、かつ質の向上もこれからといってよい。地理的分布は意味がなく自然発生的である。移送サービスが大都市から発生し地方が続いたが、UTのNPOは観光地から普及している。

表2 ユニバーサルツーリズムの費用の試算

	発 地 型		着 地 型	
	人数: 人	費用:円	人数: 人	費用:円
交通費	4	108,400	2	54,200
宿泊費	4	96,000	2	48,000
人件費	2	120,000	2	60,000
合 計		324,400		162,200

宿泊：2泊、出発地：東京、介助：3日間

参考：2010年11月、北海道函館の委員会で糟谷佐紀氏のパワーポイントを参考に作成

4. モニターツアーにおける旅行者およびサポーターの課題

高齢化の進行等により、UT対応の必要性を感じはじめている事業者も多く、今後増加すると考えられる観光困難者に対して旅行会社や

NPOなどの観光困難者受け入れ体制強化が求められている状況にある。

UT についての観光困難者を受け入れる旅行会社をはじめとする関係団体の専門的なノウハウを共有しスキルを向上するためには、実際に UT のツアーに参加をし、専門事業者の対応や、最低限のバリアフリー等必要な配慮事項を学び、当事者の不安の大きさ、さらには旅行に対する思いや感動を肌で“体験”することが何にもまして重要となる。

このような背景を踏まえ、本研究では、調査者が UT モニターツアーに参加をし、旅行者とサポーターを対象に調査をすることで、実際に体験した人の視点を通してでなければ把握することの難しい実態を把握し、UT に関する知見の一般化、共有を図る方法などを整理し、考察する。（大西，秋山，北村，松場，小川，佐藤，2012）

4.1 UTモニターツアーの概要

本研究では、UT に取組む旅行事業者（①福島・②鴨川を東京のクラブツーリズム株式会社、③沖縄・④高知を広島の株式会社昭和観光社が担当）の協力のもと、表 3 に示す①～④までの 4 ツアーを実施した。参加者は高齢者、障害者および家族、サポーター（介助者）を対象に募集を行い、計 50 名の参加者を確保した。

4 ツアーのうち、大都市発型の①、②については障害のある状態での旅行経験が既にある旅行者を対象とした。この会社は会員制を主とする仕組みを取っているために、リピーターを中心に広報するからである。地方発型の③、④については障害を持ってから初めて旅行する旅行者を対象に参加者を募集しモニターツアーを催行した。旅行経験が初めてという人と経験者では反応が異なると考えたからである。

表 3 UTモニターツアーの概要

項目	概要
期 間	1泊2日（2012年3月）
出発地／目的地、募集人数	① 東京発／福島（バス利用），15名 ② 東京発／鴨川（バス利用），15名 ③ 広島発／沖縄（飛行機利用），12名 ④ 広島発／高知（バス利用），8名
対象者	合計50名（高齢者，肢体不自由者，視覚障害者および家族，サポーター（介助者）が対象）

注）スケジュールの詳細は Appendix へ

4.2 モニターツアーの各行程の UT の特徴

（1）移動

出発地等から観光地、宿泊施設に移動する上では、いずれのツアーでも車いす使用者がいたことからリフト付バスを使用した。乗降の際には、家族、サポーター（介助者）、添乗員、ド

ライバーが協力しスムーズに乗降していた（写真 1）。



写真 1 リフト付バスによる乗降の様子

（2）観光

車いす専用席や BF に配慮した整備がなされている観光施設もあった。例えばスパリゾートハワイアンズでは車いす専用席からフラガールを鑑賞し（写真 2）、いちご狩りでは、BF 専用レーンによりいちご狩りを楽しむことができた。（写真 3）

車いすでは行くことが難しいビーチでも、サポーター（介助者）や添乗員の協力のもと波打ち際に近い位置まで移動し、観光を楽しむことができた（写真 4）。このように障害を持つと、諦めがちな行為について、多少のバリアがあっても人的サポートにより実施することで、参加者の自信や、健康、生きがいに寄与する可能性はある。

実際に沖縄のモニターツアーでは、1 日目の観光で自信をもった参加者が、2 日目には自分の足で歩こうという意思が顕著になるなど、モニターツアー中でも参加者の変化が見てとれた（写真 5）。視覚障害者は、視覚以外の機能をフルに使い旅行を楽しんでいた。例えば、写真 6 のように建造物に触って楽しみ、サポーター（介助者）から風景や料理の説明を受けながら観光を楽しんでいた。

（3）宿泊

今回のモニターツアーでは、どのツアーで利用したどの宿泊施設においてもバリアフリールーム（以下 BF）ルームが設置されているなど、基本的な BF 対応がなされていた。BF ルームは室内のトイレや入浴のアクセスに困難を伴う人、あるいはベッドでなければ寝ることができない人などには有効であるが、夜に寝返りを



写真2 車いす専用席からフラガールを鑑賞



写真6 視覚障害者の観光の様子



写真3 いちご狩りではBF専用レーンを利用



写真4 砂浜まで車いすで移動（移動は3人がかりで1台ずつ）



写真5 2日目の朝、浜辺を散策する様子（1日目より元気に、自分で歩こうという意思も顕著に）

打つことが必要な人や食事の介助などは個人的な支援が必要である。つまり、BFルームといえども介助者が必要な人もいる。今回は民間の会社が募集し、責任の持てる範囲、つまり同行する介助者が1名＋専属ボランティア介助者1名を基本にした。そのために、介助がしっかりしているために、かならずしもBFルームでなければならない人は少なかった。ただしバリアフリールームは車いす使用者にとって有効であり、車いすを必要とする人に割り当てた。車いすを使わなくても済む人は一般の部屋を利用していただいた。

一般的にBFルームは大きなホテルで1～2室用意されているが、小さなホテルにはほとんどないのが現状である。全国的にみると一流ホテルは備えているケースが多く、地域によっては戦略的に用意する観光地もある一方、ビジネスホテルにはほとんどないのが現状である。また、BFルーム以上に重要なのは介助者がその個人に合った介助をするか否かにかかっている。

旅行事業者によると、ハードでは車いすで転回できるスペースがあり、トイレに手すりが付いているなど、必要最低限のBFへの配慮があれば、基本的には問題ないとのことであり、実際に今回の4つのモニターツアーでも、問題はおこらなかった。ただ、そもそもこのモニターツアーにおいて、対応できない観光困難者は受け入れていない。

問題が発生しそうな利用者にとっては、観光困難者が求める個人的な介護の水準や旅行の行程（座位が保てるか、トイレ、見学、休憩、食事、宿泊など）が自分の体力などに見合うかどうかで参加するか否かが判断される。旅行会社は旅行の工程の中でその人に責任を持って対応できる介助スタッフを用意できるか、また旅行の行程が大幅に変わることなく推進できるか、などによって観光困難者が参加できるかどうかを決めている。つまり具体的には、旅行者が介助者を1人連れてくることが前提で、かつ、一人のサポーターで足りる範囲としていた。しかも商品として販売するために市場で勝負できる価格も考慮したうえである。

したがって、今回のモニターツアーへの参与調査の結果のみを基に問題が無いと結論付けることはできない。

(4) 入浴

旅行に非日常的な要素を求めることは健常者も障害者も同じであり、普段入ることができない温泉や大浴場での入浴は非常に大きな魅力のようであった。

参加者は必要に応じて、写真7のように介助者付きで入浴する。こうした人々は普段から入浴が制限されていることもあり、健常者からするとそれほど魅力が高くないと考えられる普通の大きなお風呂でも、その満足度は高いものであった（写真8）。参加者の緑全体の満足度（満足+おおむね満足）は88%であり、入浴も満足度を高める要素の一つである。また家族にとっても、介助者付きで入浴している間に、普段入ることのできない温泉に入ることができるのはとても嬉しいということであった。



写真7 入浴介助の様子（サポーター（介助者）3人で連携しながらの介助）



写真8 入浴介助後の参加者の笑顔

入浴介助は、せっけんなどで滑りやすく、参加者も介助者も裸であることから手で持つところがなく、介助が難しいため、経験を必要とする。

4.2 参加者およびサポーター

(1) 参加者（障害者・高齢者）

障害者や高齢者の旅行に対する事前の不安や、旅行ができたことによる感動は、筆者らの想像以上に大きいものであった。特に障害を持

った後、初めて旅行に参加する方の不安と感動は極めて大きなものであった。障害者においては受障してから初めての外出や旅行で感動したことをよく聞く、しかし根拠は示すことは困難に近いので、参加者の肉声の一部を表4に示した。

(2) サポーター（介助者）

サポーター（介助者）はUTの中で重要な役割を担い、移動介助（車いすを押す等）から入浴やトイレの介助等まで支援する。

サポーター（介助者）のUTへの参加動機は人により様々であるが、今回のモニターツアーサポーターからは「相手が元気になる様子をみて元気を貰っている」「笑顔を見たときにお手伝いができて良かったと思う」「私自身が社会に必要とされ嬉しく思う」といった声が多く聞かれた。

4.3 UTモニターツアー実施結果の考察

(1) ツアー内容や旅程について

①利用者ニーズに応じた商品バリエーション

今回のモニターツアーでは、通常のBF旅行と同様に、観光困難者への配慮から通常のツアーと比して目的地を少なめに設定し、移動時間や滞在時間について余裕をもった行程（昼食は1時間のところ1時間30分、イチゴ狩りが30分のところ60分、朝の集合時間を30～60分程度遅くしたこと、観光地での集合時間を集まってから乗降に15分程度確保したことなど）が組まれている。

今回のモニターツアー参加者（障害者・高齢者）の88%が今回のツアーに「満足もしくは概ね満足」と回答しており（図1）、基本的に高い評価であったが、参加者によってはツアー内容が物足りないとの指摘があった。また、ゆったりとした行程が組まれている中で、目的地における時間を確保するため、集合時間が早めに設定されており、集合時間が早すぎるとの指摘もあった。

現状では、今回の介助等付属型のUT商品は全国的にバリエーションが少なく、送り手側の視点からは、限られたツアー商品で、多くの参加者のニーズに応えざるをえない状況にある。

表4 モニターツアーの参加者の声（一部）

□初めての旅行者

事故をして旅行なんてできないと思っていた。家内に説得されて、参加したが、本当に来てよかった、(肢体不自由者および言語障がい男性)

定年になったらいっぱい旅行に行こうねと言っていた。定年前に主人が事故に会い、夢が壊れたとおもった。今回も半分以上、私のために旅行に参加してくれている。(上記男性の奥様)

□旅行経験者

旅行が近づくにつれ、失敗しないか、迷惑かけないかなど不安で気持ちが重かった。参加してみてスタッフの対応もよく「何も心配しないでよかったね」「来てよかったね」と途中からずっと話していた。息子がお風呂からでてきたときの笑顔が忘れられない。これでよかったんだ、この顔が見たかったんだと思った。また参加したい。(肢体不自由者の男性の母親)

来る前は本当に不安だった。何度も電話してご迷惑おかけしたと思う。みなさん本当にやさしく、他の参加者といろいろな話もでき温かい気持ちになった。涙が出そうなほど。(肢体不自由者の男性の奥様)

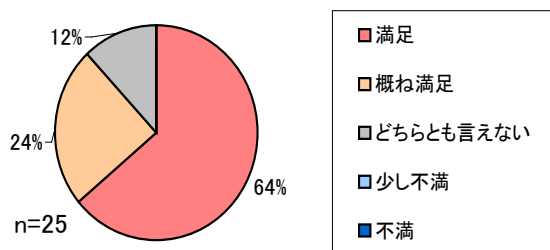


図1 モニターツアー参加者（障がい者・高齢者）の満足度

② ツアーの魅力作り

参加者（障害者・高齢者）へのアンケート結果より、旅行商品を選ぶ際に最も重視するポイントとして「ツアー内容の魅力」が46%と最も高い結果となった（図2）。

「BF 旅行」では、受け地の施設や観光地、移動のBF化に目が行きがちになるが、通常の健常者利用を想定したツアーと同様に、観光地や宿泊地の特色を活かしたツアー自体の魅力創出も重要な要素であることがわかった。一方、宿泊施設や移動、商品全体のBFへの配慮にも、

あわせて25%が最も重視した回答であり（図2）、基本的なBF配慮は必要であることがわかる。

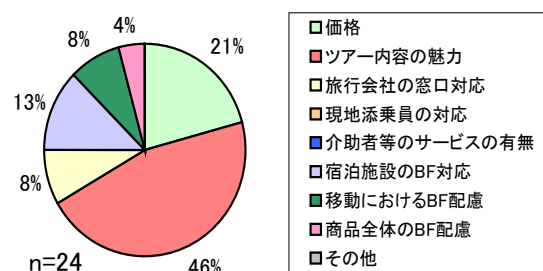


図2 旅行商品選択時に最も重視するポイント

(2) 広報から参加者募集段階に関する課題

参加者（障害者・高齢者）へのアンケート結果より、58%が「旅行をあきらめていた時期があった」と回答している（図3）。また「BF旅行を知って再び旅行に行くようになった」との意見（鴨川の参加者の約8割）も多く見受けられ、「BF旅行」の存在が旅行をしたい人にとって非常に大きな意味を持っていることが明らかになった。一方で「BF旅行」の認知度はまだまだ高いものではなく、さらに認知されていても、ツアーに申し込む際に、様々なことが心配になり申し込みを躊躇してしまうことが現実である。例えば2012年JATAの全国の会員会社1126社のうちバリアフリー旅行問合を持っている会社はわずか24社（2%）しかなく、さらにバリアフリーの内容が会社によって異なる。例えば、リフトバスでの手伝い、プロのトラベルヘルパーの同行、入浴介助などスポットでの手伝いなど、どの程度の介助を期待できるのかの確認が必要なことがほとんどである。今回のモニターツアーでは、旅行事業者の協力のもと参加者を集めることができたが、これは専門に特化したサービスをもつ事業者のノウハウ・企業努力によるものであり、旅行事業者のサービス展開の際には留意が必要である。

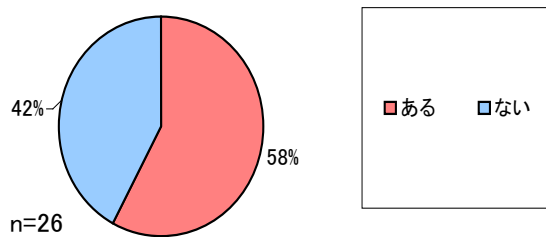


図3 旅行を諦めていた時期の有無

(3) 料金設定

BF 旅行に関して「最も不満に思うこと」として「料金設定」をあげた参加者（障害者・高齢者）が 38%と最も高く（図4），利用者の期待する料金と開きがあることが明らかになった。

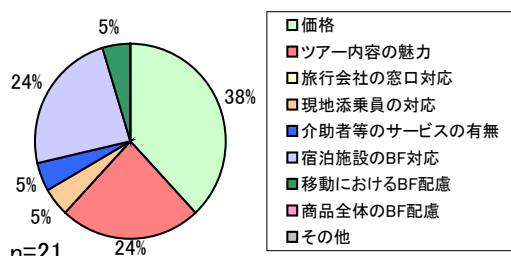


図4 旅行商品に対して最も不満に思うこと

今回のモニターツアーにおいても、定員オーバーで締め切った応募者に対し、モニターツアー価格ではない“通常の BF 旅行価格”のツアーを紹介したところ申し込みが得られず、料金設定のツアー参加に及ぼす影響は大きいものと考えられる。今回のモニターツアーは一般費用の半分程度（鴨川のケースはBF ツアーで5万円、モニターツアーで半額）でありかなり安いですが、観光困難者のモニターツアーの費用は一般の旅行費用の2倍程度になる。また一般観光に対して移動困難者の料金は2倍程度である。

(4) 入浴等介助者の確保

「旅行参加にあたって不安に思うこと」として、ほぼ全ての参加者（障がい者・高齢者）が「トイレないしは入浴」という意見をあげた。特に入浴については、肢体不自由者の介助として1名の入浴につき、安全面から2名以上での介助が必要であり、人員の確保が必要となる。満足度向上の観点から、温泉における入浴は非常に重要なものとして位置づけられる。その反面、現地対応では入浴時の転倒など怪我のリスクがあり、介助者確保のために費用が増加することになる。

現状では、事業者の企業努力（多様な障害に対応する準備：リフト付きバスの確保、サポーターの養成、宿泊施設のバリアフリー化の情報

収集、嚥下対応の食事サービスができる宿泊施設の情報収集）により品質が保たれているものの、BF 旅行を標準化（どこでもだれでも簡単に受け入れることができる）がなされているものではなく、目的地毎に時間をかけて対応することとなる。今後、幅広い取り組みを促すにあたっては、人材確保の仕組みづくりが必要である。

(5) サポーター（介助者）の位置付け

今回のモニターツアーでは、同行する職員、サポーター（介助者）ともに、質の高いサービスを提供（周到的準備、質の良いサポーターをつけたこと、時間的にかなりのゆとりを持った計画、入浴なども2人以上の介助をつけたことなど）しており、結果、参加者から高い評価（88%が満足）を受けることができた（図1）。そのうちサポーター（介助者）は、ツアー上、特に重要な役割を担うこととなるが、BF 旅行の枠組みの中で、位置付け、役割ともに事業者側に委ねられている。また旅行代金についてはその大部分を参加者が負担しているのが実情である。

今回参加したサポーター（介助者）からは、国内であれば1～3万円、海外であれば10～30万円程度負担してもよいとの意見も多く、動機については参加者が旅行できることに対する喜びを明確に意識したものである。サポーターの活躍の場が確保されれば、一定の料金負担があっても、サポーター（介助者）のモチベーションは高い水準で確保できるものと考えられる。また、あわせて、担い手の確保や、育成・スキル向上が図られるような仕組みづくりを行うことが重要だと考えられる。

4.4 UT モニターツアーの課題

(1) UT 関係者の教育プログラムの実施

今後、より一層 UT を普及促進させるためには、旅行事業者や UT に関わる関係者が、本論で取り纏めたような知見を座学等で理解することが必要である。

(2) UT 関係者の体験型ツアーで対応方法の学習

上記の教育プログラムに加えて、実際にツアーに参加をし、対応方法や配慮事項を体得し、旅行に対する当事者の不安や喜びを肌で感じることが何より重要と考える。

このような観点からの体験を主体とした研修プログラムなどを開催することで、担当者を養成していくことが重要であると考えられる。

5. 旅行者の UT の意識および実態把握

5.1 旅行サービスに関する調査

(1) 旅行事業者へのアンケート調査の実施

UT は、例えば身体の不自由な人や障害者への対応が必要となることなどから、通常のツアーとは異なり、旅行者の個別の事情に応じた対応が必要となる。一般的に観光困難者などの対応方法には専門性が必要とされ、そのため旅行事業者によって、これらの旅行を専門に取り扱う事業者と、全く取り扱いをしない事業者に二極化してきていることが推察される。

このような現状認識のもと、UT に関する送り手側の課題、ニーズを把握することために、旅行事業者を対象としたアンケート調査を実施した。また、データは佐藤・秋山が行った調査データ、資料を用いた。(佐藤, 秋山, 北村, 松場, 小川, 大西, 2012)

アンケート調査は 2012 年 1~2 月に一般社団法人日本旅行業協会の会員企業 1,134 社に依頼し、110 社から回答を得た(回収率約 10%)。また、高齢者および障害者を対象とした旅行について「現状の取組のスタンスや実績」「課題やニーズ」「今後のサービス展開の可能性、意向」を調査した佐藤・秋山(2012)の実施したアンケート調査の結果を基に、UT に関する送り手側の課題、ニーズに関して考察する。

(2) 高齢者・障害者対象の旅行の取組姿勢

図 5 は、高齢者および障害者を対象とした旅行に対する旅行事業者の「現時点」および「将来的な」取組姿勢を尋ねた結果である。現時点では「消極的、かなり消極的」と回答した事業者が「積極的、かなり積極的」と回答した事業者を上回るが、将来の意向においては、その関係が逆転している。現時点では

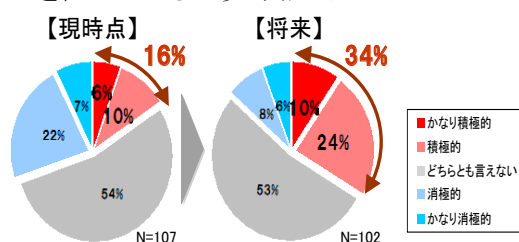


図 5 高齢者、障害者対象の旅行に対する取組姿勢

取組みに消極的な事業者でも、UT に対し「興味・関心がある」「必要性を感じている」といった状況が伺える。

消極的な理由に対する回答では、ほぼ全ての事業者が「専門的ノウハウがない」をあげており、次いで「協力者(サポーター(介助者))

が確保できない」「事故などのリスクが大きい」をあげる事業者が多く見られた。事業者として UT に対し関心や必要性を感じていても、現状どのように対応してよいか(何をしてよいか)分からず手をこまねいているといった状況が浮かびあがる。

(3) 旅行事業者が感じている課題

旅行事業者が UT に対して消極的な理由、踏み出せない理由などをより詳細に把握するため、旅行業の業務プロセスに着目し「企画・準備」「情報提供・宣伝」「販売」「実施」「評価」といった段階ごとの課題を抽出した。

自由記述の抽出方法は各項目で記述が少ないもので 1 種類、多くても 8 種類、平均で 3 種類程度にとどまるものである。その指摘事項をすべて書きだしたものである。その中で主要な内容を以下に示した。

① 企画・準備段階

企画・準備段階においては、「受け地側の施設、人材、情報の不足」「旅行事業者側の企画スキルの不足」に関する意見が多く見受けられる。

受け地側の施設、人材、情報の不足に関する内容としては、「施設の情報が共通ではない」「サービスや人材についてどの程度対応できるのか不明」「基準があいまい」等により「企画に通常よりかなり手間がかかることが予想される」「調査に時間がかかる」「実際に現地を見ないと分からない」といった意見があげられている。

また、旅行事業者側の企画スキルの不足に関する内容としては「専門知識の不足」「障害者向けのツアー企画にはスペシャリストを養成しないと難しい」といった意見等が見られる。

② 情報提供・宣伝段階

情報提供・宣伝段階においては、UT が通常とは異なるマーケットを対象にするという特性上「効果的な告知方法」に関する意見が多く見受けられる。「障害には様々な特性があり、画一的な情報提供ではカバーできない」「効果的な広報・宣伝方法がわからない」「当事者で旅行を出来ることを知らない人が多く、認知度の向上が必要」といった意見等が見られる。

③ 販売段階

販売段階においては、通常のツアーに比べ旅行価格が高くなってしまいう中で「費用負担や利益確保」に関する意見が多く見受けられる。また「一般的な旅行よりも仕入単価が高い場合が多く、どうしても高価になる」「通常ツアーより人件費が高くなり旅行料金に上乗せせざるをえない」といった意見が見られた。

④ 実施段階

UTツアーの実施段階においては、通常のツアーに比べ様々なリスクがある中での「トラブル対応や、責任問題」に関する意見が多く見受けられる。「緊急な場合でも対応ができる体制や急病等への対応が困難」といった意見や「(健康者と)混乗にした場合、理解のない他のお客様からのクレームが発生する可能性がある」といった意見とともに、どういった問題が発生するか全く予想がつかない」といった意見も見られた。

⑤ 評価段階（フィードバック）

評価段階においては、「リピーター」に関する意見が多く見受けられる。「他のツアーに比べてリピート率が高い」といった意見がある一方、「リピート率は高いが高額商品のため多くの参加者が見込めない」といった意見もあり、ネガティブなフィードバックしかされず、より良い商品造成に繋がっていないといった状況も見てとれる。

⑥ 評価段階（フィードバック）

評価段階においては、「リピーター」に関する意見が多く見受けられる。「他のツアーに比べてリピート率が高い」といった意見がある一方、「リピート率は高いが高額商品のため多くの参加者が見込めない」といった意見もあり、ネガティブなフィードバックしかされず、より良い商品造成に繋がっていないといった状況も見てとれる。

⑦ その他

国内旅行と海外旅行を比較すると、海外旅行においては「国内旅行以上に受け地側の情報が不足している」といった意見が見受けられる。「車いすでアクセスできる観光地、車いす用トイレがある休憩場所等、情報を集めるのに時間がかかる」「海外現地ランドオペレーターの情報が少なすぎる」「国内以上に大きな問題が発生すると思われるが、どのような対応をとればよいのか見当がつかない」といった意見等が見られた。

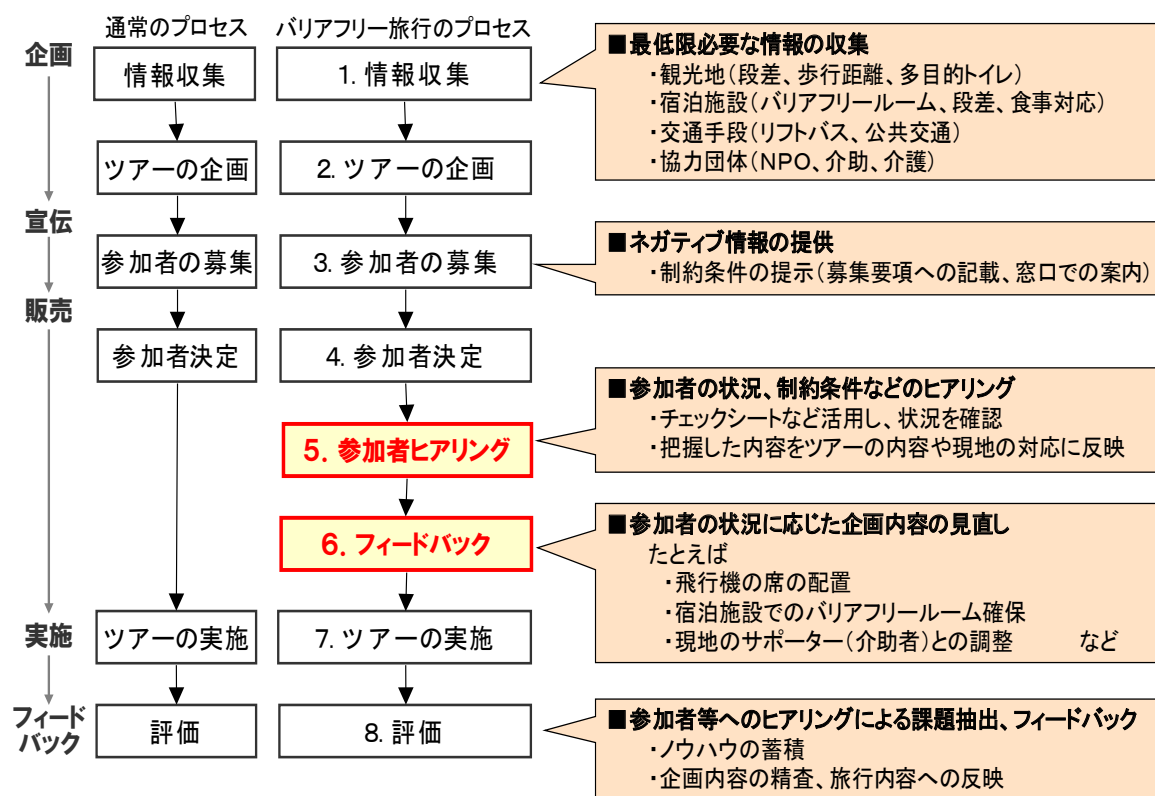


図6 先進事業者におけるBF旅行の企画・実施プロセス

表6 UT推進のための課題

プロセス	課題
企画	①受け地との連携強化（NPO、支援団体、宿泊施設等） ②参画側のスキル向上（人材教育、体験型プログラム） ③多くの事業者の参入等による商品の魅力確保 ④サポーター（介助者）の確保
宣伝	①知度向上（障害者でも旅行に行けるがでることの周知） ②PR対象・方策の確立 ③用者による情報共有の促進
販売	①顧客への情報提供の実施（バリア情報の提供、注意事項などの周知） ②顧客情報の把握（ヒアリング等による状況把握） ③販売価格の低減
実施	①乗員等のスキル向上（人材教育） ②対応範囲の明確化（旅行業と介護、医療との区別、健常者との混在）
評価	①客の満足度確認から改善のプロセス実施 ②課題や改善点の商品や対応方法への反映

表5 先進事業者が実施の主な取組

①専門部署、専門家の設置
②UT、BF 旅行への社員の派遣（体験型講習）
③サポーター（介助者）の登録（雇用ではなく登録）
④受け地（宿泊施設、観光地）の調査、情報交換（情報の蓄積）
⑤ツアー参加者との密な情報交換（ネガティブ情報の提供、旅行者の状況ヒアリング）

5.2 先進事業者の取組み状況調査

(1) 先進事業者へのヒアリング調査の実施

UT について積極的に取組む先進事業者を対象に、「一般的な旅行とどこが違うのか」「どこにアイデアを出しているのか」といった、UT を普及させる上でのポイントを整理することを目的に、経験豊富な先進事業者5社に対しヒアリング調査を実施した。

(2) 先進事業者の取組み内容

ヒアリング結果より、先進事業者は専門部署を設置し、専門家を配置しており、高齢者、障害者を積極的に受け入れることによりノウハウを蓄積していることが明らかとなった。先進事業者が実施している主な取組みとして、表5に示す以下の内容があげられる。これらの内容も踏まえつつ先進事業者におけるBF旅行の企画・実施プロセスを図6に整理した。

情報収集段階では企画を行うにあたっての必要情報として、段差や歩行距離、多機能トイレの有無、BFルームの有無、交通手段（リフトバスの準備）などを

確認、準備することとなる（表5）。

参加者募集では、収集した情報をもとにネガティブな情報を積極的に旅行者に伝える必要がある。

参加者が決定した後（場合によっては申し込みの段階）には、参加者の制約条件などをヒアリングするとともに、結果をもとに企画内容のチェックとフィードバックを実施することが重要となる。この段階（確認およびフィードバック）がBF旅行の特徴であり、最も重要な事項であるといえる。

5.3 UT推進のための課題

以上の調査結果等から、UT 推進に当たっての送り手側の課題を、旅行事業のビジネスプロセスの各段階において整理した結果を表6に示す。

これらの課題のうち、旅行事業者の参入促進、市場の掘り起こし、認知度の向上への対応の方向性について次章にて述べる。

5.4 課題への対応の方向性

(1) 旅行事業者が実施すべき対応

図7は旅行事業者のUTに参画するための成長モデル案を示したものである。

多くの旅行事業者がUTに参画し、すそ野を広げるためには、まずは先進的に取組みを実施している事業者に学び、自社の経営判断として参画するか否かを決定する必要がある。

その上で、専門部署、専門家を設置し、取組みを繰り返すごとにノウハウを蓄積し、自社のスタイルにあった商品にカスタマイズする必要がある。また、最終的には、事業として十分に収益を生むモデルを模索し、

自社の主力商品にまで成熟させることを目指すことが必要となる。

また、各旅行事業者がスムーズに UT に参入できるように、業界全体としての環境整備が必要不可欠であり、経営者の意識啓発や専門家育成のための研修制度の充実、企画・販売窓口・現場における対応マニュアルやチェックシートの拡充・周知など、業界団体等の主導で実施する必要がある。

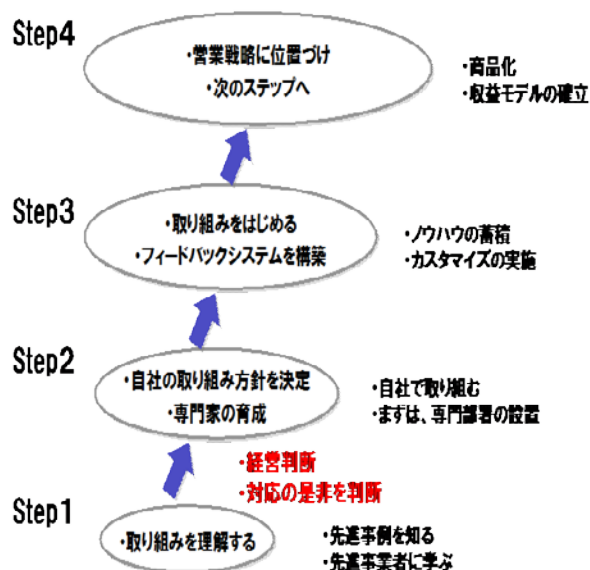


図7 旅行事業者のステップアップモデル (案)

(2) 市場を掘り起こすための対応

UT を推進するためには、多くの高齢者、障害者等が旅行をし、旅行者のすそ野を広げる必要がある。UT の市場を掘り起こし、需要を喚起するために、高齢者、障害者の旅行参加を促すことに加えて、サポーター(介助者)についてもUTを支えるインフラとして捉えることが必要である。

高齢者については、高齢者がいつまでも旅行参加ができるように、たとえば、歩く距離が短い旅行など高齢者向けの旅行商品の開発を進めていく必要がある。

障害者については、障害者が不安なく旅行に参加することができるような旅行商品の開発に加え、制約に応じたプランの選定、個人の状況に応じた対応の方法などを判断し、アドバイスするための専門窓口機能が必要となる。

また、サポーター(介助者)のBF旅行への参加動機としては、職業としての参加する人よりも、ボランティア、社会貢献および自らの楽しみやキャリアアップの一部として捉えて参加する人が多く存在する。

これらの人々は、自身が費用を負担してでもBF旅行に参加したいと考えており、参加する機会を欲している傾向にある。こうした、サポーターの意味付けは、一定の収入が介在しない限り、専門職としては成り立たない。したがって、ボランティア領域も当面必要であるが、資格制度を伴った新しい制度設計も不可欠である。

つまり、ボランティアとしてのサポーター(介助者)の安定確保に加え、福祉系の大学、専門学校の教育プログラムの一貫として体験ツアー、ケアマネージャーのスキルアップ、キャリアパスにつながるシステムの構築など、サポーター(介助者)を市場として捉えた取組みも必要であると考えられる。

(3) 認知度向上のための対応

特に障害者においては、UTおよびBF旅行の存在を知らないために、旅行をあきらめている方が多く存在すると想定される。

UTの需要を喚起するためには、UTおよびBF旅行の認知度を高め、健常者も含めた理解を促進することが重要であり、ひいては、UTに参加する事業者の増加、価格の低減などにつながるものと考えられる。旅行事業者が中心になって、UTに関する取組みを実施し、高齢者および障害者に対し、旅行ができることを案内・周知することが重要である。障害者の場合、本人ではなく、家族やケアマネージャーからの問い合わせが多いことから、障害者の参加を促すためには、障害者個人だけではなく、ケアマネージャーや福祉施設などとの連携やPRも必要となってくる。

また、別途実施したモニターツアーの参加者の感想にもあるように、旅行に参加することにより、精神的にも、身体的にもリフレッシュすることができ、旅行が健康につながることは明らかである。健康効果をPRすることにより、高齢者の旅行への参加意欲を高める事が必要であると考えられる。

5.5 まとめ

本研究では、先行研究で実施した、旅行事業者へのアンケートやヒアリング等の結果を基に、旅行事業者(送り手)の視点でUTの現状を把握し、課題を明らかにした上で、その対応方針を検討した。

UTは、旅行により障害者や高齢者が元気に社会参加することができることから、社会貢献的要素も大きい。一方で、多くの旅行事業者が参画し多様な商品を提供することで、UTの普及や認知度の向上、旅行者層の拡

大に繋がり、ひいては適正な収益モデルの確立に繋がるものと考えられる。そのため、まずは、旅行業者が、社会貢献活動の一環としてUTに参画する為の仕組みやインセンティブなどについての議論が、「5.3 UT推進のための課題」において必要だと思われる。社会貢献活動の一環としてでも、旅行事業者にUTに参画してもらい、本論でも示したように、そこから徐々に取組みをステップアップしてもらうことが必要である。また、業界団体等による取組みの支援や環境整備も重要となってくる。

今後は、旅行事業者だけでなく、受け地側も含めた各関係者の視点で課題を明らかにし、対応策を検討することが必要である。送り手、受け地それぞれの現状を把握した上で、連携の可能性や協力方法についても検討していく必要があると考えられる。

参考文献

- 秋山 哲男, 寺島 薫, 2010: 世田谷区の移動支援センターの運営及び利用実態に関する基礎的研究, 観光科学研究 3, 117-129, 2010-03-30
- 石塚 裕子, 新田 保次: 視覚障害者の観光行動の意思決定に影響を与える要因に関する研究 ―倉敷市美観地区をケーススタディに― 土木学会土木第43回計画学研究第41回研究発表会講演概要集VOL(CD-ROM), 2010年6月
- 大西康弘, 秋山哲男, 北村洋二, 松場圭一, 小川哲平, 佐藤貴行, 2012: ユニバーサルツーリズムに関する旅行事業者の意識および実態分析～課題とユニバーサルツーリズム促進に向けた方向性～, 日本福祉のまちづくり学会 第15回大会, 糟谷佐紀, 秋山哲男, 原文宏, 工藤みゆき, 田中隆一, 2012「介助・介護を必要とする旅行者の公的サービス利用の可能性に関する基礎的研究」, 日本福祉のまちづくり学会第15回全国大会, pp151-152, 2012
- 糟谷佐紀, 「高齢者・障害者に配慮した『ユニバーサルサービス』の発展・普及に向けた人材の育成」, 第3回国際ユニバーサルデザイン会議, 2010in はままつ, CD-ROM 論文, 2010
- 糟谷佐紀, 秋山哲男, 田中隆一, 2010: 高齢者・障害者が旅先で利用する公的支援の実態調査, 日本福祉のまちづくり学会 第13回大会
- 糟谷佐紀, 「高齢者・障害者の旅行を地域で支えるユニバーサルツーリズムの全国ネットワーク化に向けた動き」, 日本福祉のまちづくり学会第13回全国大会概要集, CD-ROM 論文, 2010
- 糟谷佐紀, 「高齢者・障害者の旅行を地域で支えるユニバーサルツーリズムの全国ネットワーク化に向けた動き」, 日本福祉のまちづくり学会第13回全国大会概要集, CD-ROM 論文, 2010
- 糟谷佐紀, 2009「旅行を通して見えてきた障害者の外出に関する問題点と課題」, 兵庫県人権啓発協会研究紀要 第10輯, p63-85、
- 糟谷佐紀, 2009, 着地型旅行に関わるサービス関係者への研修について ―ユニバーサルツーリズムの推進に向けて― 交通エコロジー・モビリティ財団, 2007, 公共交通機関の旅客施設に関する移動等円滑化整備ガイドライン(委員長: 秋山哲男)
- 厚生労働省: 2012, 介護・高齢者福祉, www.mhlw.go.jp
- 国土交通省総合政策局, 2008: 観光のユニバーサルデザイン化 手引き集～だれもが旅行を楽しめる環境づくりのために～平成20年3月
- 佐藤 貴行, 秋山 哲男, 北村 洋二, 松場 圭一, 小川 哲平, 大西 康弘, 2012.8: ユニバーサルツーリズムモニターツアーにみる旅行者およびサポーター視点
- 社団法人北海道開発技術センター, 地域政策研究所・原文宏, 2010: 介助・介護を必要とする旅行者支援策の充実と支援組織の全国展開に関する基礎的研究～国自治体及び旅行支援事業を対象とした事例研究, 平成22年度ECOM O交通バリアフリー研究助成(対象事業成果報告書 旅とびあ北海道: 2012, tabitopeer.org/)
- 一般社団法人日本旅行業協会: 2012, www.jata-net.or.jp
- 日本バリアフリー観光推進機構: 2012, www.barifuri.jp/portal/page/jbfsfp.html
- 日本ユニバーサルツーリズム推進ネットワーク: 2012, jutn.net/
- 水野映子, 2012: 要介護者の旅行を阻害する要因―介護者を対象とする意識調査から―, 第一生命経済研究所, Life Design Report Summer 2012

注) Appendix

(1) ユニバーサルツーリズムのスケジュール

1. 福島:
初日: 10:00 上野発バス⇒昼食: 12:00 着: 鹿沼名物にらそば 1:30 発⇒16:00 着: 岳温泉泊
2日: 8:30 ホテル発⇒10:20 環境水族館アクワマリンふくしま・いわきら・ら・みゆう(昼食)⇒帰路: 鉄道で上野到着 17:30
2. 鴨川:
初日: 9:30 上野発バス⇒12:30 金谷港: 昼食⇒富浦花俱樂部⇒16:00 着: 鴨川グランドホテル泊
2日: ホテル発バス 9:40 発⇒鴨川シーワールド 13:00 鴨川市内昼食⇒14:50 着市原いちご狩り⇒17:00 上野着

3. 高知：

初日:広島・岡山・香川各地出発バス⇒12:50 昼食⇒14:30
着：高知県立牧野植物公園 16:00 発⇒17:00 着：安芸ホ
テル⇒大浴場入浴介助体験 15:45～19:00

2 日：8:30 ホテル朝食⇒9:45 桂浜・五色浜⇒11:40 坂本竜
馬記念館：昼食:13:30 発⇒15:30～19:45 各出発地へ

4. 沖縄：

初日：広島空港発 8:30⇒10:25 那覇空港着:
高松空港発 11:25⇒13:30 那覇空港着
岡山空港発 9:45⇒11:55 那覇空港着
松山空港発 11:20⇒13:20 那覇空港着
14:20 世界文化遺産・守礼門・首里城⇒17:20 着：残
波岬・ホテル⇒18:00～19:00 大浴場入浴介助

2 日：9:10 ホテル発⇒琉球村文化の見学見学・ショー見学
⇒11:45 那覇市内ホテルで昼食 12:45⇒13:00 国際道
り見学 13:45⇒出発地へ 15:55～19:40