

集客売上げ30倍を実現した、バリアフリー観光の秘密

中村 元

(特)日本バリアフリー観光推進機構 理事長

(特)伊勢志摩バリアフリーツアーセンター理事長

I. バリアフリー観光は、今後の集客に必須

- ① バリアフリー未対応で顧客を失い、バリアフリー対応で集客30倍の現実。
- ② 本当の客が客として扱われなかった今までの観光業。
- ③ 眠っていた巨大なマーケットは、観光の新しいパイ。
⇒ (障がい者3%+後期高齢者14%)×コミュニティニマーケットの半分。
- ④ バリアフリー観光マーケットを先行的に獲得する、伊勢志摩バリアフリーツアーセンター。
- ⑤ バリアフリー観光は、究極の「顧客起点」と「おもてなし基準」
- ⑥ 着地型観光、個人グループ型観光の集客への第一歩となるバリアフリー観光。

II. 成功のポイントは「パーソナルバリアフリー基準」

- ① 本当のユニバーサルデザインは、一般の利用者拡大を大切にすることが基本。
- ② パーソナルバリアフリー基準によるカスタマーズ起点は本当のUDを実現する。
- ③ 観光はバリアを楽しむもの。UDを楽しむ人はいない。
- ④ 障がい者の数だけバリアがある ⇒ 相談センターによって地域全体でUD化
- ⑤ 障がい者とのトラブルを未然に防ぐ⇒14年間トラブルが一度もない伊勢志摩。
- ⑥ 宿泊施設へのバリアフリー化アドバイスは、施設の特徴を活かし、一般客にも受け入れられ、かつ低費用であることを目差す。⇒最も手軽な増客システム
- ⑦ パブリシティに有利な、バリアフリー観光。

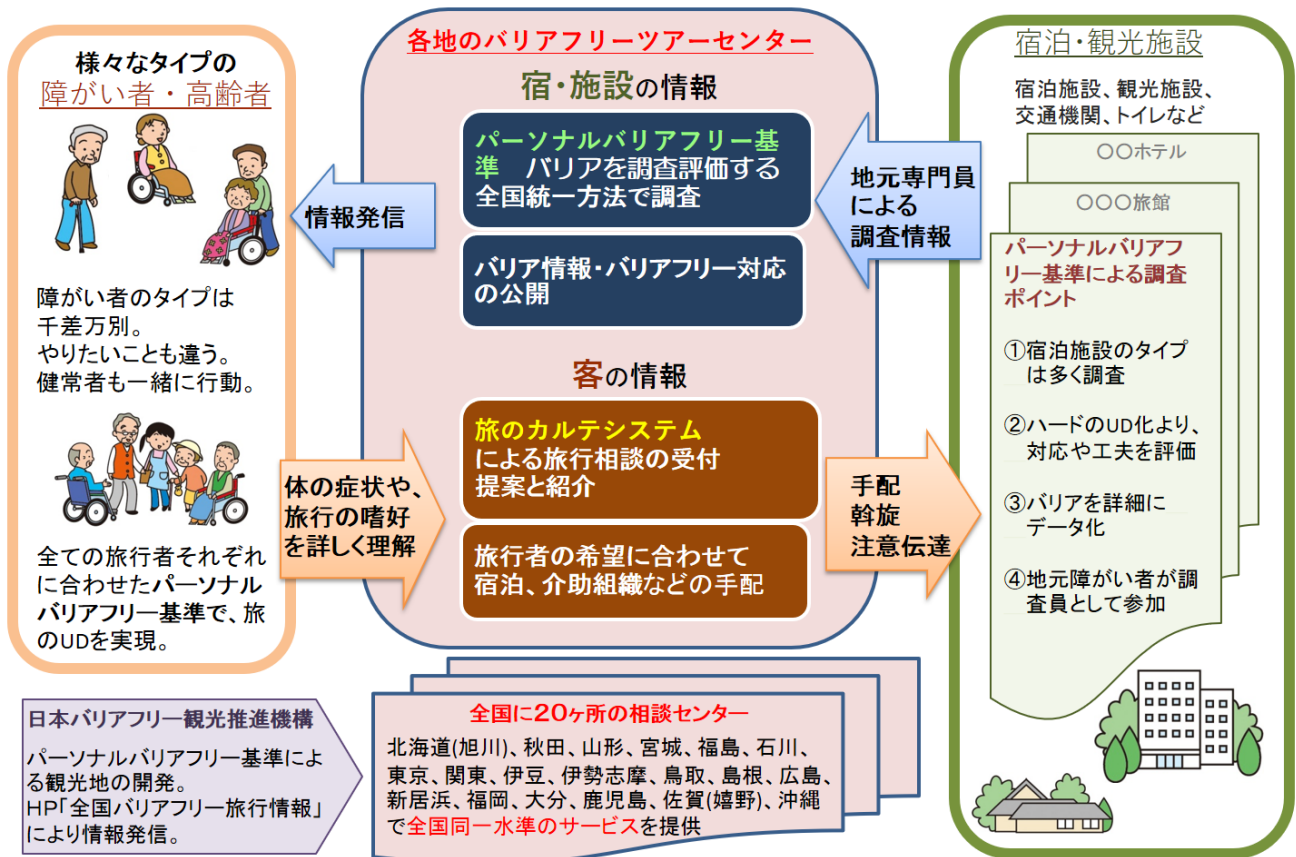
III. バリアフリー観光と、まちのノーマライゼーション化

- ① 観光振興・経済発展を目的にすると、地域のノーマライゼーション化が加速する。
- ② 市民・事業者・行政の協働によるシステム。
- ③ 地元の当事者(障がい者・介助者など)が専門員として参加し住みよいまちづくり。
- ④ バリアフリーとともに縦割り行政のバリアを外す。
- ⑤ バリアフリーとともに行政区画のボーダーフリー。

IV. 全国標準のパーソナルバリアフリー基準

- ① バリアフリー観光の全国標準は、『パーソナルバリアフリー基準』。
- ② 時代はインバウンドバリアフリー⇒アクセシブルトラベルJAPANを開設。
- ③ 先行地域には情報の集積と、先行的注目度が高まる。

日本バリアフリー観光推進機構
パーソナルバリアフリー基準による旅行相談



● 『パーソナルバリアフリー基準』は旅行者の満足に焦点を当てたユニバーサルデザイン

『パーソナルバリアフリー基準』とは、身体に障がいのある人や、高齢によって身体が不自由な人をはじめとするさまざまな旅行者の、旅行の好みや能力を基準にして、健常者も含む誰もが満足し楽しめる観光を実現しようという考え方で、2001年に(特)伊勢志摩バリアフリーツアーセンターにて開発されました。

バリアフリー調査においてはバリアの全てを明らかにしていく調査方法。相談においては旅行者のやりたいことを優先する考え方によって、さまざまなタイプの旅行者の、それぞれ最も適した観光ルートや手段、宿泊施設の手配などを行います。

旅行者からの相談対応するために、施設のバリアフリー調査などは、その主たる客層である障がい者や介助者による『専門員』が中心となって運営することを基本としています。

また、観光施設へのバリアフリー対応のアドバイスにおいては、全ての障がい者に対応する画一的なハードのUD化を求めることなく、個人個人の満足度が大切にされるべき本来の「観光」を優先することと、多様な旅行者と多様な施設のマッチングを基本としたアドバイスにより、観光地全体によるユニバーサルデザインを実現します。

パーソナルバリアフリー基準では、体が不自由で観光地に不案内な旅行者を、旅行者と同じ目線の地元の当事者がサポートするという形をとっているため、利用者と観光事業者の双方が大きな満足を得られるのです。

パーソナルバリアフリー基準は、日本バリアフリー観光推進機構が、全国のバリアフリー観光地の統一基準として採用しており、北海道から沖縄に至る全国のバリアフリー観光地相互の送客も実現しています。

■ 特定非営利活動法人 日本バリアフリー観光推進機構