



Tokyo Convention & Visitors Bureau

令和6年度 共同研究

「アクセシブルな観光都市東京を目指して～先進事例と国内外の取組から～」

公益財団法人 東京観光財団

公益財団法人 日本交通公社

亜細亜大学 経営学部ホスピタリティ・マネジメント学科 准教授 久保田美穂子

令和7年3月25日

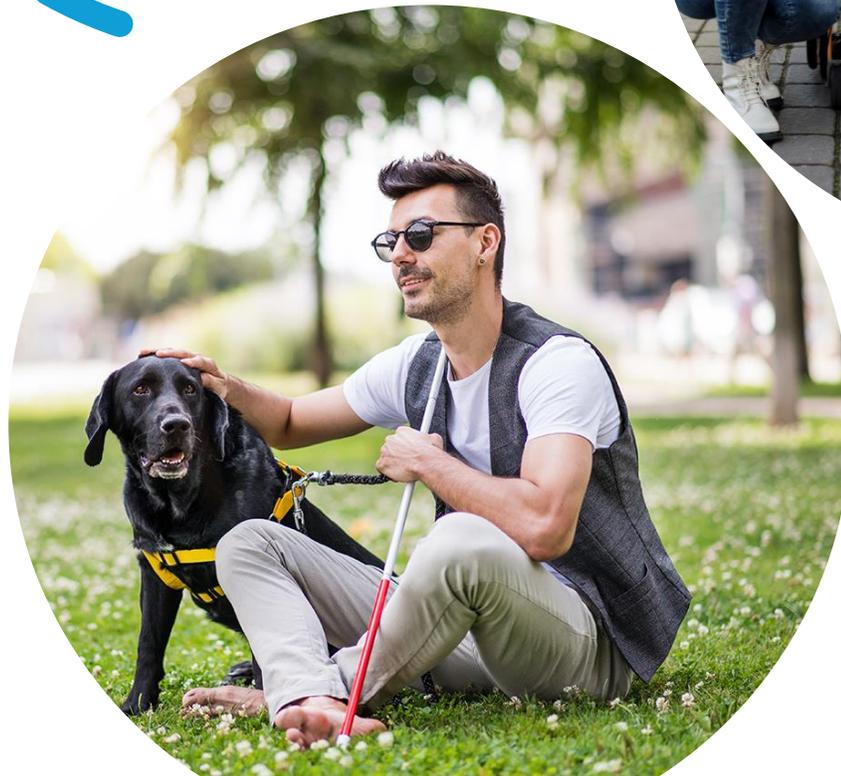
はじめに

国連世界観光機関は、2016年の国際観光デーに“TOURISM FOR ALL”を提唱し、すべての人が利用できるアクセシブルな観光の推進を呼びかけた。近年、国際社会ではISOがアクセシブル・ツーリズムの国際基準を発表する等、多様な組織がガイドラインや調査報告を公表し、これまで以上にアクセシブル・ツーリズムへの取組機運が高まっている。

国内においても様々な取組がなされてきたが、2013年の東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会(以下「東京2020大会」という)の決定以降、東京都においてバリアフリー化整備の取組が進み、現在にも続く大会の大きなレガシーとなった。

2024年の訪日外客数は3600万人を超え、消費額も過去最高を記録した。今後、訪日外国人旅行者も増加していくことが予想される。また、2025年11月、東京で初めて「東京2025デフリンピック」が開催され、選手や大会関係者だけで約6,000人の訪日が見込まれている。大会で加速した取組を、さらにバージョンアップさせていきながら、より多様な旅行者を受入れるための意識の向上や取組が、引き続き必要となっている。

そこで、本研究では、東京が今後一層「アクセシブルな観光都市」として選ばれ続けるために、地域や観光関連事業者にはどのような視点、取組が必要なのかを、最新の国内外の取組例とともに考察する。



目次

▼はじめに

- | | |
|---|---------|
| 1 共同研究実施体制 | ・・・p.4 |
| 2 エグゼクティブサマリー | ・・・p.5 |
| 3 アクセシブル・ツーリズムとは？言葉の定義 | ・・・p.7 |
| 4 世界のアクセシブル・ツーリズム | ・・・p.12 |
| 4-1. 国際的な取組の推移 4-2. 数字で見る概況 4-3. 対象となる障害の範囲 | |
| 5 国内の概況・最新動向 | ・・・p.18 |
| 6 世界の観光局等による業界アプローチ・事業者取組事例 | ・・・p.28 |
| 6-1. 観光局等 6-2. 事業者等 | |
| 7 旅行者とのタッチポイントで見る東京および国内の取組事例 | ・・・p.35 |
| 8 インバウンド対応のポイント | ・・・p.50 |
| ▼まとめ(おわりに) | ・・・p.51 |

参考:東京都/TCVB関連事業等一覧

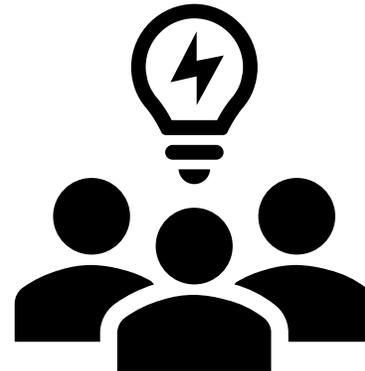
- 「障害」の表記について
本報告書内では、国の障害者基本法及び[東京都アクセシブル・ツーリズムポータルサイト](#)に倣い、漢字表記に統一しています。
- 本報告書内に示したハイパーリンクを含む引用元URLは公表日現在有効なものです。

1. 共同研究実施体制

- 東京観光財団(以下「TCVB」と)、日本交通公社、亜細亜大学経営学部ホスピタリティ・マネジメント学科久保田准教授の3者で実施。
- TCVBの研究構想に基づき、3者で研究の全体設計を行った。
- 全体設計を基に3者で分担し、関連会議等への参加、デスクリサーチ及び行政や事業者へのヒアリング、取材等を行った。

公益財団法人東京観光財団(TCVB)

- 研究の全体設計
- 関連会議等への参加、リサーチ
- 研究成果作成



公益財団法人日本交通公社 (観光研究部 相澤美穂子上席主任研究員)

- 研究の全体設計
- リサーチ、ヒアリング/取材
- 研究成果作成

亜細亜大学経営学部 ホスピタリティ・マネジメント学科 久保田美穂子准教授

- 研究の全体設計
- リサーチ、取材/ヒアリング
- 研究成果作成

2. エグゼクティブサマリー

「アクセシブルな観光都市東京」の実現を踏まえ、本研究では、以下のような視点で状況と必要な取組や今後の展望を整理した。

視点1

国内ではユニバーサルツーリズムやバリアフリーツーリズムという表現がよく使用されている。
アクセシブル・ツーリズムとは何を指しているのか？

▶第3章p.7～

視点2

世界のアクセシブル・ツーリズムの取組はどのように進んできたのか。
最新のマーケット規模や人数、その対象はどのように捉えられているのか？

▶第4章p.12～

視点3

世界と比較し、日本の取組はどのように進んできたのか。
日本ではなぜユニバーサルツーリズムという用語が使われているのか？その対象は？

▶第5章p.18～

視点4

世界の観光局等はどのような取組をしているのか。
業界へのアプローチ方法やその内容は？ユニークな事業者の取組例は？

▶第6章p.28～

視点5

東京にもすでに様々な取組事例があるはず！
旅行者のタッチポイント別で事例を整理し、現場を取材して分かったこと。

▶第7章p.35～

視点6

2024年、訪日外客数は過去最高を記録。東京を訪れる外国人旅行客も増えていくだろう。
インバウンド対応で特に気にしなくてはならないポイントとはなんだろうか。

▶第8章p.50～

2. エグゼクティブサマリー

各視点に基づいて研究、考察した結果、以下のようなポイントが明らかになった。

視点1

●国際的には「アクセシブル・ツーリズム」という表現が一般的。観光地や商品・サービスが身体的制約、障害、年齢にかかわらず、すべての人にとって利用しやすいものにし、その環境を提供することを指している。「インクルーシブ・ツーリズム」は環境を提供することよりさらに一歩進み、すべての旅行者が制限なく受け入れられ、歓迎されている状態であり、本人もそう感じている状態である。

視点2

- 世界では2013年頃より観光業界においてもアクセシビリティへの取組が進み近年は一層その取組機運が高まってきた。
- 世界の人口の16%が何らかの障害を持っていると言われており、高齢化が進むことも踏まえると、マーケット規模が大きい。
- 関連条約等から「アクセシブル・ツーリズム」は身体的な障害/精神的な障害/知的または感覚的な障害が対象になっていると言える。

視点3

- 日本では観光庁により「ユニバーサル・ツーリズム」という用語が使われてきた。障害者だけでなく、高齢者の旅行市場にも注目し、対象をより広く捉えている（東京都では「アクセシブル・ツーリズム」という表現を使用）。
- 障害者差別解消法の改正で、民間事業者も法的義務に。観光庁は接遇マニュアル作成、厚生労働省は近く新たな研修ツール公表。

視点4

- 豪州や英国では、観光局等が業界向けのガイドラインやツールキットを提供。より多くの事業者に「アクセシブル・ツーリズム」に取組んでもらうことを念頭に、その内容は、すぐにでも、簡単に、これだけに対応して欲しいポイントを集約している。
- 認知症や発達障害がある場合も、家族も一緒に過ごせる施設等がある。

視点5

- 計画→手配→移動→宿泊→飲食→娯楽・観光→買い物・・・タッチポイントは旅行者の活動の範囲だけある。マニュアルに頼らず、必ず「当事者」や専門家の視点を入れていくこと。大切なのは歓迎している/受け入れるという姿勢を示すこと。
- 都内の事例は豊富だが、点在している各事業者の取り組みを東京という面で情報発信することが必要。

視点6

- 「障害を持つ旅行者は、情報がないところには行かない。」情報発信は、完璧にしようと思わず、分かっている基本的な情報だけでも発信し、個別のニーズや相談のためのコミュニケーションの場を設けること。何より大事なのは「ぜひ来て欲しい」という気持ちを伝えること。
- インバウンド旅行者は「アクセシブル」という用語を使って検索をする。ユニバーサル、バリアフリーという表現では情報が適切に届かない。

本章で詳しく

3. アクセシブル・ツーリズムとは？言葉の定義

まずは、国際的に使われている表現であるアクセシブル・ツーリズムの定義を確認する。また、英語圏ではアクセシブル・ツーリズムに加えて「インクルーシブ・ツーリズム」も使われる。主な用語について、国内外の定義は以下の通り。

1 アクセシブル・ツーリズム

・【国連】

アクセシブル・ツーリズムとは、観光地、商品、サービスが、身体的制約、障害、年齢にかかわらず、すべての人にとって利用しやすいものであることを保証するための継続的な努力である。これには、公営および民営の観光地、施設、サービスが含まれる。

[Promoting accessible tourism for all | Division for Inclusive Social Development \(DISD\)](#)

・【ISO21902】※

アクセシブルな製品、サービス、環境を提供することで、移動、視覚、聴覚、認知の次元を含むアクセシビリティを必要とする人々が、自立して公平に機能することを可能にする、利害関係者との共同ユニバーサルデザインプロセスを伴う観光。

※ISOが2021年7月に公表した国際基準「Tourism and related services-Accessible tourism for all-Requirements and recommendations(観光と関連サービス—すべての人が利用できる観光—要件と推奨事項)」のこと。公式邦訳は未公表。

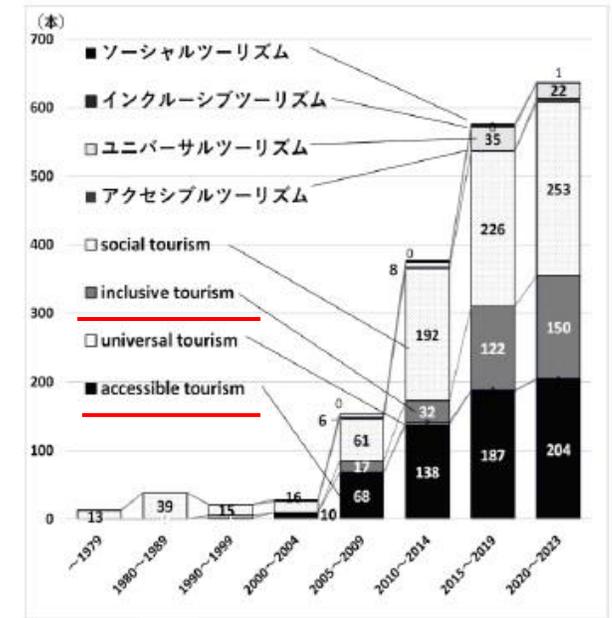


図-1 Google Scholar 論文抽出数推移

【図1】アクセシブル・ツーリズムに関連する英語の論文数を抽出すると「accessible tourism」が2010年以降、「inclusive tourism」が2015年以降に多く使用されていることが分かる。「universal tourism」はほぼ使用されていない。国外においては「アクセシブル・ツーリズム」の表記が主流であることがわかる。

出典：若宮圭子「日本におけるユニバーサルツーリズム研究の動向に関する考察—論文タイトルを用いたテキストマイニング—」第38回日本観光研究学会全国大会学術論文集(2023年12月)

3. アクセシブル・ツーリズムとは？言葉の定義

2 ユニバーサルデザイン

【東京都】(福祉のまちづくり条例における定義)

年齢、性別、国籍、個人の能力等にかかわらず、できるだけ多くの人ができるよう生活環境その他の環境を作り上げることをいう。

[東京都福祉のまちづくり条例本文](#) [東京都福祉局](#)

3 インクルーシブ・ツーリズム

英語圏では、Accessibility & Inclusionや、Accessible and Inclusive Tourismのように、しばしばインクルーシブというワードが使用されている。

インクルーシブは、ソーシャルインクルージョン(社会的包摂)から来ており、【国連】の文書では、世界銀行の定義を引用し「個人や集団が社会に参加するための条件を改善するプロセス」、「アイデンティティによって不利な立場に置かれている人々が、社会に参加する能力、機会、尊厳を向上させるプロセス。」と紹介されている。[Identifying social inclusion and exclusion | United Nations iLibrary chapter1.pdf](#)
このことから、インクルーシブ・ツーリズムは、すべての訪問者(旅行者)が障壁や制限なしに参加し、受け入れられ、素晴らしい時間を過ごすことができる観光、と言える。この考え方は、2016年に国連世界観光機関(以下「UN Tourism」という)世界観光デーに提唱した「TOURISM FOR ALL」という表現にも合致する。



VisitScotlandは、「Inclusive Tourism」についての動画を制作しており、観光事業者に対して、LGBTQ+や高齢者、障害を持つ方々への対応を推進することによるメリットを発信している。

[What is Inclusive Tourism? | VisitScotland](#)



What is Inclusive Tourism? | VisitScotland

イメージ: [VisitScotland Essentials](#) youtubeチャンネルより

- 国際的には「アクセシブル・ツーリズム」という表記が一般的
- 「アクセシブル・ツーリズム」は観光地や商品・サービスが身体的制約、障害、年齢にかかわらず、すべての人にとって利用しやすいものにし、その環境を提供すること
- 「インクルーシブ・ツーリズム」は環境を提供することから一歩進んで、すべての旅行者が制限なく受け入れられ、歓迎されている状態

●アクセシビリティとインクルージョン、英語圏ではどう使い分けている？

豪州クイーンズランド観光開発庁は、啓発動画の中で、その言葉の使い分について発信している。動画では、当事者の声を交えつつ、例えば観光において「アクセシビリティはあるが、インクルージョンはない」こと、「インクルージョンはあるがアクセシビリティがない」状態の違いを以下のように説明している。また、オーストラリア政府観光局もその意味合いについて以下のように説明している。

【クイーンズランド州観光開発庁】

- アクセシビリティはあるがインクルージョンがない→環境が整っているが、受け入れられていない
【段差がなく車椅子でレストランに入ることが出来るが、店員が自分ではなく同伴者にオーダーを聞く】
- インクルージョンはあるがアクセシビリティがない→環境は整っていないが、敬意、受入られている感覚、歓迎がある
【段差があるが、店員が歓迎し、積極的に車椅子での入店も手伝ってくれる】

【オーストラリア政府観光局】

- アクセシブル・ツーリズム … 身体的な制約や年齢、認知能力にかかわらず、旅行や観光の目的地、商品、サービスをすべての人が利用できるようにすることを指す。それは物理的な障壁を取り除くことである。
- インクルーシブ・ツーリズム …旅行へのアクセシビリティを高めるだけでなく、あらゆる背景や能力を持つ人々を歓迎し、受け入れる環境を整えることで、さらに一歩進んだものである。それは、旅行者が旅行中に快適さを感じ、その中に含まれることを保証することである。



イメージ: Queensland Tourism Development youtubeチャンネルより

[Defining disability, accessibility and inclusion - for Queensland tourism and events businesses](#)
[Accessible Tourism - Corporate - Tourism Australia](#)

● 見えない障害(Hidden / Invisible Disability)とは？

- 英国を中心に、「目には見えない障害」という考え方が広がっており、旅行・観光業界においてもしばしばnon-visible invisible disabilityなどと表現されている。英国国民保健サービス(NHS)は、隠れた障害とは、具体的に、目に見えない、またはすぐには分からない、さまざまな身体的および精神的状態のこととし、それには、言語障害、視力低下、双極性障害、慢性疲労症候群、大腸炎、自閉症、うつ病など、様々な種類がある、と紹介。

[Understanding and supporting staff with a hidden disability | NHS Employers](#)

● 知っていますか？「ひまわり支援マーク」

- “Hidden Disabilities Sunflower Scheme Limited” が製作したもの。2016年ロンドンのガトウィック空港において、外見からは分からない障害があるお客さまにどのようにしたら気がつけるだろうか、という問いから始まった取組。

[A symbol for non-visible disabilities](#)

- 同組織が作成したリストでは【900】以上のinvisible disabilityが紹介されている。リストは[Disabilities Form](#)から検索が可能。

- 羽田空港においても、2022年3月から「ひまわり支援マークストラップ」の配布を行っている。
(p.38日本空港ビルデング株式会社取材レポートも参照)



イメージ:Hidden Disability Sunflowerウェブサイトより



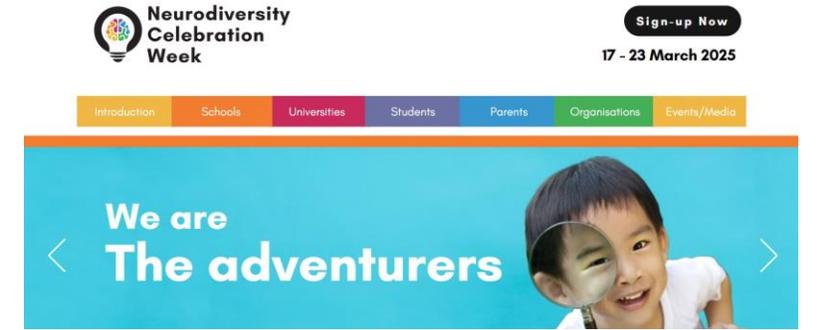
Hidden disabilitiesウェブサイトで紹介されている見えない障害の例
[Hidden disabilities](#)

● ニューロダイバーシティとは？

- 「ニューロダイバーシティ」という言葉が国内でも聞かれるようになった。
- 英国ではNeurodiversity Celebration Weekという取組が2018年から続いている。主催者によれば、『ニューロダイバーシティ』とは(個々の)神経学的な違いについて、(障害ではなく)他のすべての人間の**固有の差異**として認識され、尊重される世界のこと、を言う。

● 【経済産業省】による定義

[Introduction | Neurodiversity Celebration Week](#)



イメージ: Neurodiversity Celebration Week ウェブサイトより

経済産業省は、ニューロダイバーシティ(Neurodiversity、神経多様性)を「Neuro(脳・神経)とDiversity(多様性)という2つの言葉が組み合わされて生まれた、「脳や神経、それに由来する個人レベルでの様々な特性の違いを多様性と捉えて相互に尊重し、それらの違いを社会の中で活かしていこう」という考え方であり、特に、自閉スペクトラム症、注意欠如・多動症、学習障害といった発達障害において生じる現象を、能力の欠如や優劣ではなく、『人間のゲノムの自然で正常な変異』として捉える概念でもある」と紹介。脳や神経に関する発達障害を持つ方々の特性を社会や組織の中でどう活かしていくか、という視点を推進している。一定の配慮や支援を提供することで発達障害のある方が、その特性を活かして**組織の戦力**となってもらうことを目的にニューロダイバーシティへの取組みを推進している。[ニューロダイバーシティの推進について \(METI/経済産業省\)](#)

国外の取組例

- **アリゾナ州メサ観光局**…米国で初めて自閉スペクトラム症の方が安心して観光できるデスティネーションとしてIBCCES(International Board of Credentialing and Continuing Education Standard)より認証を受けた。
[Visit Mesa: The First Autism Certified City in the world | Visit Mesa](#)
[About IBCCES, Autism Training, Autism Certification, Certified Autism Specialist, Autism Credentialing, Online Autism Certification, Autism Continuing Education](#)
- **Magical Storybook Travel** …米国の旅行会社。自閉症、ADHD/ADD、聴覚障害や視覚障害、運動障害、特別な食事制限のある方、病気から回復中の方などがいる家族向けの旅行会社で、旅行先の提案(感覚的な障害に合わせたアトラクションの推奨、食事制限に合わせたレストランの提案)等がサービスに含まれている。
[Magical Storybook Travels](#)
[How Hotels Are Finally Supporting Neurodiverse Travelers - Bloomberg](#)

4.世界のアクセシブル・ツーリズム(4-1. 国際的な取組の推移)

世界では主に2006年の国連での「障害者の権利に関する条約」採択後、観光業界においても取組が広まってきた。各国がそれぞれ取組を進めていく中、2021年にISOが初めて国際基準を発表。業界団体もガイドラインを発行する等近年特に取組機運が高まっている。

2006

- ▼国連総会「[障害者の権利に関する条約](#)」採択、各国に取組を働きかけ
 - ・(関連条文)第9条:施設及びサービスの利用の容易さ
 - ・(関連条文)第30条:文化的な生活、レクリエーション、余暇及びスポーツへの参加

2013

- ▼UNWTO(現UN Tourism)「[Recommendations on Accessible Tourism](#)」発表

2015

- ▼国連総会「[持続可能な開発目標](#)」を採択
 - ・関連するゴール
 - 4「質の高い教育をみんなに」8「働きがいも経済成長も」10「人や国の不平等をなくそう」11「住み続けられるまちづくりを」17「パートナーシップで目標を達成しよう」

例)10-2
【2030年までに、年齢、性別、障害、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況に関わりなく、全ての人の能力強化及び社会的、経済的及び政治的な包含を促進する。】

例)11-2
【2030年までに、脆弱な立場にある人々、女性、子供、障害者及び高齢者のニーズに特に配慮し、公共交通機関の拡大などを通じた交通の安全性改善により、全てのの人に、安全かつ安価で容易に利用できる、持続可能な輸送システムへのアクセスを提供する。】

2016

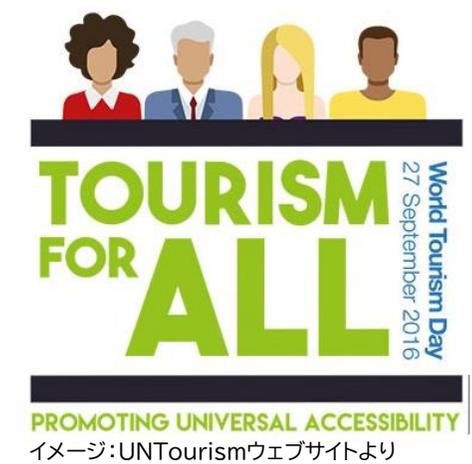
- ▼UN Tourism World Tourism Dayのテーマに“TORISM FOR ALL”を提唱

2020

- ▼UN Tourism 「[Reopening Tourism for Travellers with Disabilities](#)」発表
- ▼UN Tourism 「[UN Tourism Inclusive Recovery Guide - Sociocultural Impacts of COVID-19, Issue I: Persons with Disabilities](#)」を発表

2021

- ▼ISO国際基準「[ISO21902 観光と関連サービス—すべての人が利用できる観光—要件と推奨事項](#)」発表
- ▼WTTC(World Travel & Tourism Council)が[INCLUSIVE & ACCESSIBLE TRAVEL GUIDELINES](#)発表



4.世界のアクセシブル・ツーリズム(4-2. 数字で見る概況)

- では、アクセシブル・ツーリズムの対象となるマーケット規模はどのくらいだろうか。
- **UN Tourism**は、世界の人口における障害者の人数や、高齢化が進む社会背景を示しながら、アクセシブル・ツーリズムの必要性を訴えている。次ページに示すように、各国の観光局等も同様に、「アクセシブル・ツーリズム」のマーケットの大きさや障害のある旅行者の特性を示しながら業界に対して取組を推進している。



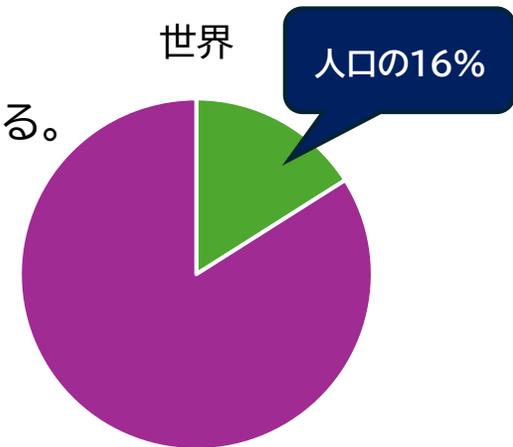
- 世界の人口の約**16%** (13億人)が何かしらの障害を抱えていると言われている。(2023年WHO発表)

[\(UN Tourism\)Accessible Tourism](#)

[\(WHO\)Disability](#)

- 60歳以上の約50%が障害を抱えている。(2022年国連経済社会局発表)

・移動 16%の中には
・視覚 見えずぐに分か
・聴覚 らない障害も含
・認知… まれている



2021年8月の東京2020大会で世界的なキャンペーン「We The15」が開始された。今後10年間で、WeThe15は、障害者に対する差別をなくし、障害者の可視化、アクセシビリティ、インクルージョンを公にキャンペーンする世界的な運動として活動することを目指す、としている。

[WeThe15:10年に及ぶ人権擁護運動について知っておくべきこと](#)
[WeThe15 - YouTube](#)

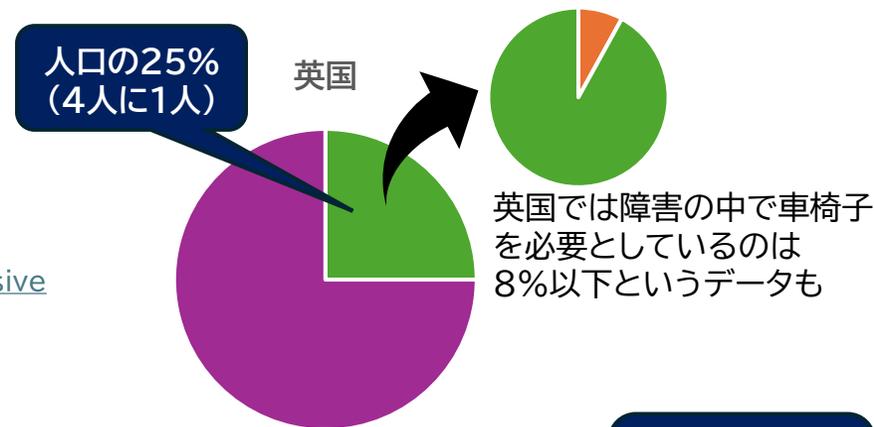


4.世界のアクセシブル・ツーリズム(4-2. 数字で見る概況)

英国 VISIT ENGLAND

- 人口のうち、およそ4人に1人、1,600万人が障害を抱えている。
- 障害のある旅行者はニーズに応じてくれる場所にリピートすることが多い。
- 既存顧客の多くは、障害を抱えている可能性が高いが、それらは必ずしも目に見えたり、公表されているわけではない(=見えない障害がある)。

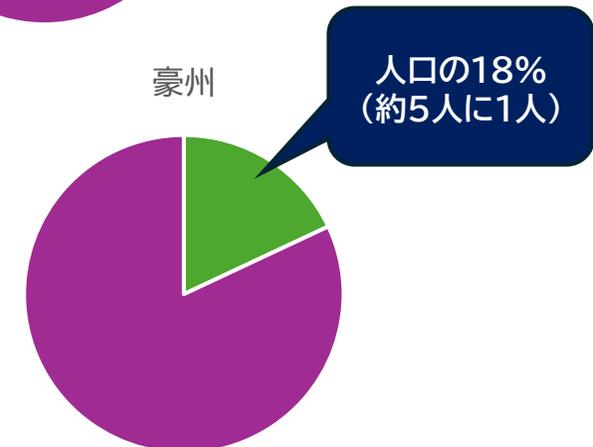
<https://www.visitbritain.org/business-advice/make-your-business-accessible-and-inclusive>
Facts and Figures About Disabled People in the UK



豪州 AUSTRALIA TOURISM AUSTRALIA

- オーストラリア人の18%、440万人が障害を持っている。
- 2023年4~6月期だけで、オーストラリア政府観光局(Tourism Research Australia)は、アクセシビリティを必要とする人々とその同伴者による国内旅行の総額は68億ドルに上ると推定。これは、同四半期の国内観光消費総額の21%に相当する。

[Accessible tourism | Austrade](#)
[Accessible Tourism - Corporate - Tourism Australia](#)



米国 Destinations International(米国を拠点とした国際的DMO連盟組織)

- 米国の旅行者・ビジネストラベラーの26%が障害を持つ。
- 移動に障害のある米国人旅行者は、年間582億ドルを旅行に費やしており、移動に問題のない旅行者と同様の頻度で旅行していることがわかった。

[Accessibility: An Imperative Journey for Destinations | Destinations International](#)
[Portrait of Travelers with Disabilities: Mobility & Accessibility - MMGY Global](#)

- 国際的には2013年頃より観光業界においてもアクセシビリティの推進が進んでおり、近年は一層その取組機運が高まっている。
- 世界の人口の16%が何らかの障害を持っていると言われており規模が大きい。高齢化が進むことも踏まえ、アクセシブル・ツーリズムに取り組む必要がある。各国の観光局等もマーケット規模や消費額の大きさ、ニーズに応じてくれる場所にリピートし易い等の特性を示しながら、業界に対して取組を推進している。

4.世界のアクセシブル・ツーリズム(4-3. 対象となる障害の範囲)

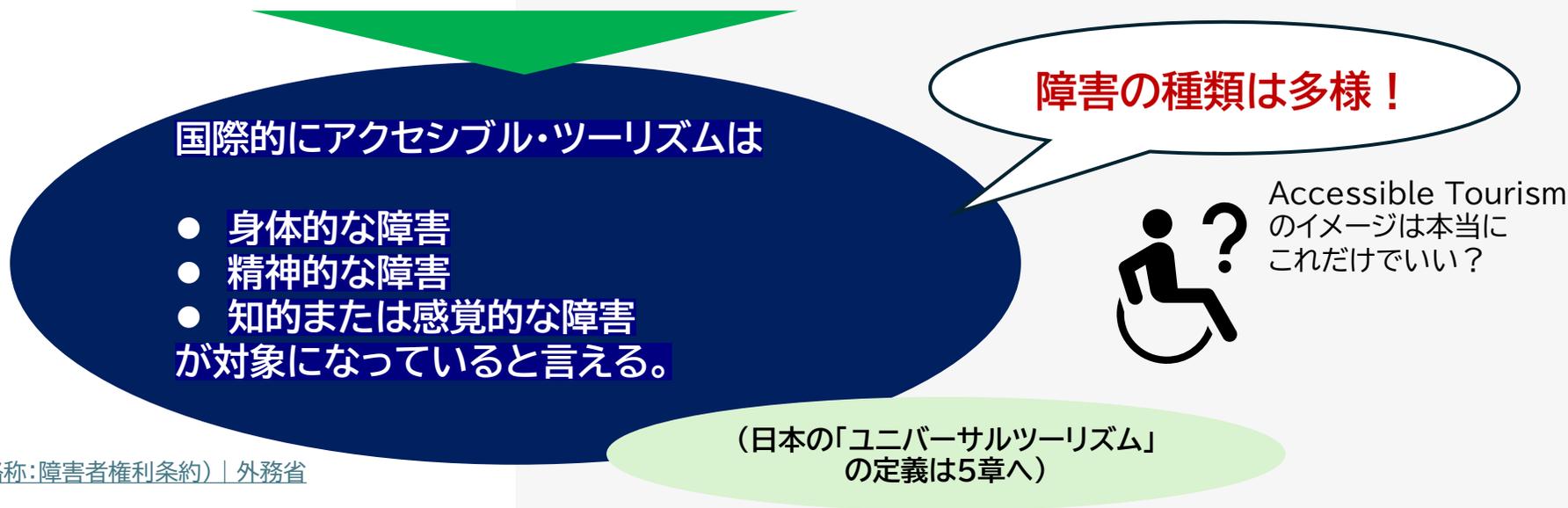
ここまで、世界や各国がどのようにアクセシブル・ツーリズムの規模を示しているかを見てきた。それらを踏まえ、国際的にアクセシブル・ツーリズムの対象となる「障害(Disability)」がどのように定義されているか、改めて考察する。

▼国際基準ISO21902では、国連「障害者の権利に関する条約」より「Disability」を以下のように定義。

【身体的、精神的、知的、感覚的な障害があり、さまざまな障壁との相互作用によって、他者と対等な立場での完全かつ効果的な社会参加を妨げている場合。】

▼国連「障害者の権利に関する条約」の該当部分について、日本政府は以下のように和訳している。

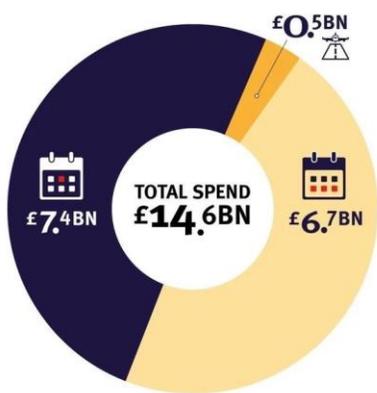
【障害者には、長期的な身体的、精神的、知的又は感覚的な機能障害であって、様々な障壁との相互作用により他の者との平等を基礎として社会に完全かつ効果的に参加することを妨げ得るものを有する者を含む。】



障害者の権利に関する条約(略称:障害者権利条約) | 外務省

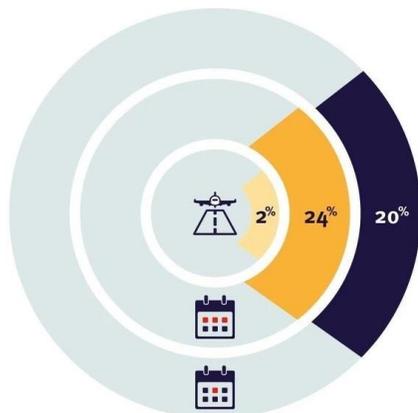
● 障害を持つ旅行者(または旅行グループ)による経済インパクトはどのくらい？(英国「Purple Pound」から分かること)

英国では障害を持つ旅行者によるイングランド全体への経済インパクトを「Purple Pound」と称してその大きさを示している。以下は2018年及び2023年の統計結果。観光旅行の総支出、イングランド国内(宿泊・日帰り)旅行における同グループの割合や、平均消費額や平均滞在日数を示し、業界に対して取組推進を図っている。(グラフはpurple poundウェブサイトより引用)



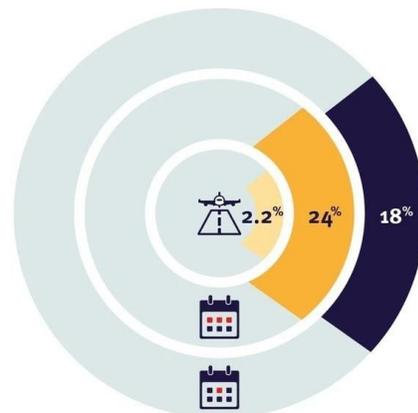
総支出

- イングランドでの観光旅行の総支出は、年間推定14,6億ポンド(約2776億円)。
- うち英国居住者によるイングランド国内宿泊観光消費額は、2023年6月までの12ヶ月間で6,7億ポンド(約1274億円)。



旅行割合:

- 2018年のイングランドへの全入国旅行の2%。
- 2023年6月までの12ヶ月間におけるイングランド国内宿泊旅行24%。
- 2023年6月までの12ヶ月間にイングランドで行われた観光日帰り旅行の20%。



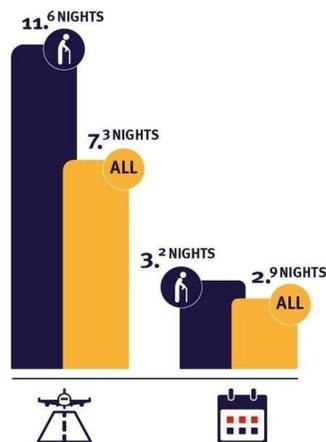
旅行支出:

- 2018年のイングランドにおける旅行支出の2.2%。
- 2023年6月までの12ヶ月間におけるイングランド国内の宿泊旅行支出の24%。
- 2023年6月までの12ヶ月間におけるイングランドの日帰り旅行支出の18%。



平均消費額

- イングランドへの旅行1回あたりの平均消費額は、全旅行で660ポンドであったのに対し、障害のある人とその同伴者の旅行では740ポンド。(イングランド国内宿泊旅行1回あたりの平均消費額は、全旅行で267ポンドであったのに対し、障害者とその同伴者の旅行では264ポンド。)



平均滞在日数

- イングランドへの旅行1回あたりの平均滞在日数は、全旅行で7.3泊であったのに対し、障害のある人とその同伴者の旅行では11.6泊。
- イングランドへの国内宿泊旅行1回あたりの平均滞在日数は、全旅行で2.9泊であったのに対し、障害のある人とその同伴者の旅行では3.2泊。

▼障害を持つ旅行者または障害を持つ方がいる旅行グループは、国内旅行の20%以上を占める。
▼消費額や滞在日数も、全体平均を上回っている。



● 米国発:障害を持つ旅行者の旅行計画における重要ポイント、傾向について(Expedia Group調査から)

Expedia Groupは調査会社APCOと共同で実施した「[2024-Expedia-Inclusive-Travel-report](#)」を発表した。2024年3月～4月にかけて米国在住のBlack、ラテン系、LGBTQIA+、障害をもつ旅行者を含む2,000人以上(18～64歳)にオンライン調査を実施した。それによれば、障害を持つ旅行者は、通常よりも旅行計画に時間がかかり、計画の際は、旅行先のプロモーションが大きく影響することが分かった。以下に障害を持つ旅行者に関する調査結果の一部を紹介する。(グラフは同調査レポートより引用)

Key Statistics

72%
emphasize the importance of finding transit and accommodations that are accessible

83%
of travelers with disabilities believe user reviews from people like them is an important booking feature

59%
are more likely to plan a trip when they see themselves reflected in travel ads and promotions

68%
are more likely to book repeatedly with brands that publicly promote diversity and inclusion

72%の旅行者が**アクセシブルな交通手段と宿泊施設を見つけることが重要**と強調。

83%の旅行者が、自分と同じ障害を持つ方のレビューが予約における**重要要素**と回答。

59%の旅行者が、自分と同じような障害を持つ方が**広告やプロモーションに反映されていたら、旅行を計画しよう**と思う。

68%の旅行者が**D&Iを推進しているブランドをリピートして予約する可能性が高い**。



- ▼アクセシブルな交通手段と宿泊施設の確認が、旅行計画のキー(情報発信の重要性)
- ▼アクセシブル・ツーリズムのプロモーションが旅行意欲を喚起(イメージ訴求の重要性)
- ▼アクセシブル・ツーリズムに特化したレビューの充実が予約につながる可能性がある
- ▼D&Iを推進しているブランドには、リピーターとして予約する可能性がある

Travelers with disabilities



- 障害を持つ旅行者が計画にかける時間は平均**9時間**。さらに、サービスや目的地が安全で歓迎され、アクセシブルであることを確認するために、調査に**4時間**費やす。**【TTL 13時間】**

LGBTQIA+ travelers with disabilities



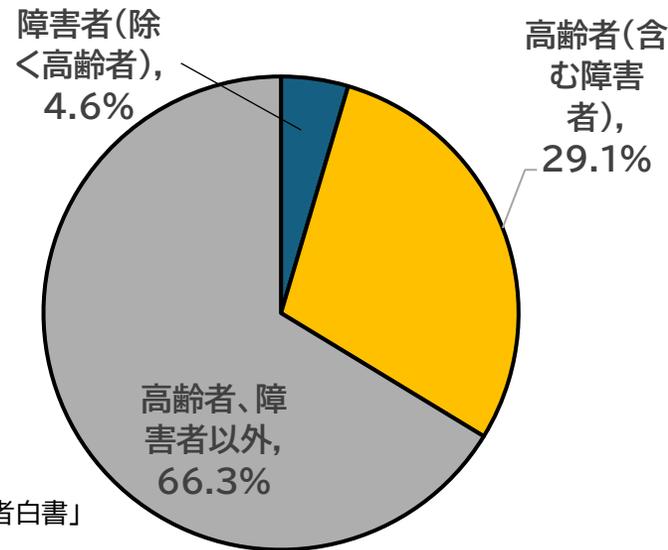
- 障害を持つLGBTQIA+旅行者の場合さらに長く、旅行計画に**16時間**。さらに、調査に**8時間**費やす。**【TTL 24時間】**

5.国内の概況・最新動向

続いてここからは国内の概況や最新の政策動向を確認していく。

- 国土交通省 観光庁の政策
- 我が国では、観光庁が、「高齢や障害等の有無にかかわらず、すべての人が安心して楽しめる旅行」の実現を目標に掲げる【ユニバーサルツーリズム】政策を進めている。第4章で確認した、海外の観光部局の例と比べて、**障害者だけでなく高齢者の旅行市場にも注目し、対象を広くとらえている**点が特徴的である。
- 観光庁作成の下図は、2023年のデータをもとに全人口に占める高齢者(65歳以上)と障害者(障害者手帳所持者)の比率(左円グラフ)と、国内宿泊旅行に占める高齢者と障害者の比率推計(右円グラフ)を比較したものの。
- 図では、高齢者・障害者は人口の33.7%を占めるが、国内宿泊旅行市場においては19.7%にとどまっていることが示されている。

全人口に占める高齢者・障害者の比率

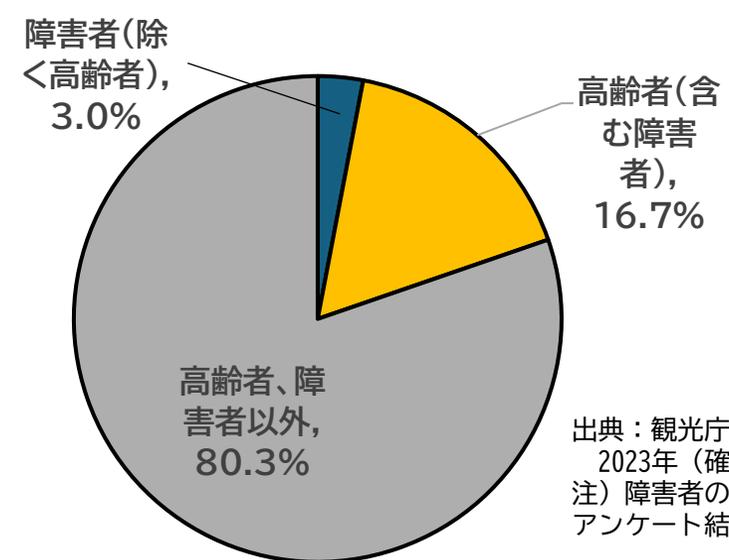


出典：総務省「国勢調査」
内閣府「令和5年版 障害者白書」

総人口 約1億2,430万人(2023年)

障害者と高齢者は人口の30%強

高齢者・障害者の国内旅行に占める市場規模の比率



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査
2023年(確報)」
注) 障害者の延べ旅行者数は、障害者向けアンケート結果から推計

国内宿泊旅行・延べ旅行者数 約2億8,135万人(2023年)

国内宿泊旅行市場では20%未満



5.国内の概況・最新動向

● 海外と国内の関連政策（本テーマに関連する主なもの）

	海外	日本国内 一般/公共デザイン政策関連	日本国内 観光政策関連
1985	「ユニバーサルデザイン」提唱(ロナルド・メイス)		
1990	障害のあるアメリカ人法(ADA法)		すべての人には 旅行をする権利がある
1994		ハートビル法	
1995			観光政策審議会答申
2000		交通バリアフリー法	
2005		ユニバーサルデザイン政策大綱	ユニバーサルデザインの考え方に 基づく観光の促進
2006	国連「障害者権利条約」採択 (日本の批准は2013年)	バリアフリー法	
2007			観光立国推進基本法施行 観光立国推進基本計画
2012			観光立国推進基本計画(第2次)
2013	UNWTO「Recommendations on Accessible Tourism」	東京2020大会開催決定	ユニバーサルツーリズムの促進
2015	SDGs		
2016	UNWTO “TOURISM FOR ALL”	障害者差別解消法施行(2013年制定)	
2017		ユニバーサルデザイン2020行動計画	観光立国推進基本計画(第3次)
2020	UN Tourism 関連ガイドライン発表	バリアフリー法改正	
2021	ISO21902 発表	障害者差別解消法改正(民間の努力義務→義務へ)	
2023			観光立国推進基本計画(第4次) 改正旅館業法施行
2024		改正障害者差別解消法施行	

5.国内の概況・最新動向

● 観光庁による政策の法的根拠／政策対象について

- 2007年施行の観光立国推進基本法には、「国は観光旅行者の利便の増進を図るため、高齢者、障害者、外国人、その他特に配慮を要する観光旅行者が円滑に利用できる旅行関連施設及び公共施設の整備及びこれらの利便性の向上、情報通信技術を活用した観光に関する情報提供等に必要な施策を講ずるものとする」とある。
- 2008年3月、国土交通省総合政策局は「観光のユニバーサルデザイン化 手引き集」をとりまとめ、課題や論点の整理を行った。
- **2012年に閣議決定された「観光立国推進基本計画」において、「ユニバーサルツーリズムの促進」という表現が記載された。**
- 「ユニバーサルツーリズム」について、観光庁のホームページ等では、「誰もが気兼ねなく」「性別、国籍などの違いにかかわらず」といった表現が用いられたこともあり、障害のある外国人や外国人高齢者、乳幼児連れ及び妊産婦を対象としたニーズ調査、ヒアリング調査などが実施されたこともある。上述の「手引き集」でも、対象に「外国人旅行者」や「子供連れ・妊娠中の人」が含まれていた。

(参考)ユニバーサルデザインとバリアフリー

ユニバーサルデザインとは、1985年にアメリカの建築家、デザイナーのロナルド・メイスが提唱した考え方で、「年齢や能力、状況などにかかわらず、デザインの最初から、できるだけ多くの人利用可能とすること」。

デザインの対象を障害者や高齢者に限定しない点が「バリアフリー」とは異なるとされる。日本では、両者は混同され、同義的に扱われることが多い。



ユニバーサルデザインの例

ユニバーサルデザイン
最初から、できるだけ多くの
人のために

バリアフリー
特定の人のために



5.国内の概況・最新動向

● 障害者差別解消法（2016年4月施行 2021年改正 2024年4月施行）

- 正式名称は「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」で、障害がある人もない人も、互いにその人らしさを認め合いながら、ともに生きる社会をつくることを目指すための法律。
- キーワードは「**不当な差別的取扱いの禁止**」「**合理的配慮の提供**」。合理的な配慮とは、負担が重すぎない範囲で対応することを指し、例えば、「障害があるから利用できない」という対応は差別に当たるため、コミュニケーションにより「事情の説明、相談、代替案の提示」等の対応を行うことを求めるもの。
- 民間事業者は、当初は「努力義務」とされていたが、2021年の改正により、**2024年から「法的義務」**に。

● 背景となる国際的な潮流

- 2006年、国連総会で「障害者の権利に関する条約」が採択されたが、日本には当時、批准する条件となる差別を禁じる法律がなく、その後、本法律が制定された（法律制定の2013年に同条約批准）。
- 同条約では、以下のイメージのように、「バリアは個人の心身機能に起因するのではなく、社会が作り出している」、「**変わるべきは社会の側**」という理念が示された。

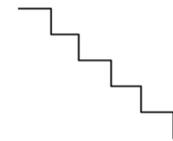
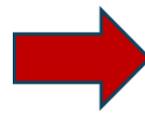
【個人モデルまたは医学モデル】

バリアの原因は個人の機能に原因がある



【社会モデル】

変わるべきは社会の側



階段等の物理的な壁



制度・文化・意識の壁

5.国内の概況・最新動向

● ユニバーサルデザイン2020行動計画

- 2013年、東京2020大会の開催が決定したのち、2017年2月、関係閣僚会議で決定された計画。
- 世界が注目する東京2020大会を、誰もが生き生きとした人生を享受することのできる「共生社会」の実現に向けて人々の心の在り方を変える絶好の機会ととらえて策定された。
- 世界に誇れるユニバーサルデザインの街づくりを実現するとともに国民全体を巻き込んだ「心のバリアフリー」の取組を展開するとされた。

● 「心のバリアフリー」とは

- 様々な心身の特性や考え方を持つすべての人々が、相互に理解を深めようとコミュニケーションをとり、支え合うこと。

- 各人がこの「心のバリアフリー」を体現するためのポイントとして次の3点があげられている。

- ① 障害のある人への社会的障壁を取り除くのは社会の責務であるという「障害の社会モデル」を理解すること。
- ② 障害のある人(及びその家族)への差別(不当な差別的取扱い及び合理的配慮の不提供)を行わないよう徹底すること。
- ③ 自分とは異なる条件を持つ多様な他者とコミュニケーションを取る力を養い、すべての人が抱える困難や痛みを想像し共感する力を培う

-「ユニバーサルデザイン2020行動計画」より

- 本計画以降、各省庁、自治体等は「心のバリアフリー」を掲げた政策、啓発事業を多数展開している。

例:観光庁「観光施設における心のバリアフリー認定制度」、東京都「サポート企業」の登録、「普及啓発ポスターコンクール」など)

- 国内のユニバーサルツーリズム（アクセシブル・ツーリズム）への取組は、高齢者の増加に伴い成長する旅行市場への取組であり、かつ、国際的な潮流の中で主流となっているユニバーサルデザインの考え方を理解し、自身も暮らしやすい、よりよい世の中を創っていくことに繋がっている、と言える。

5.国内の概況・最新動向

ここからは、「ユニバーサルツーリズム」推進にまつわる最新の観光庁の施策内容やその動向を確認する。

● 観光庁の施策例

- ・ 宿泊施設、観光施設、旅行会社等に向けた各種支援事業（ハード改修への補助やモデルツアー等ソフト面の取組）
- ・ 障害者差別解消法に対応した**接遇マニュアル**の作成(2017年度)
- ・ 「観光施設における心のバリアフリー認定制度」(2020～)の策定と動画等による啓発
- ・ アンケート調査分析等によるニーズや課題の把握 など



心のバリアフリー認定制度

2024年12月現在2626施設が認定
 宿泊施設2393 飲食店100
 観光案内所125 博物館8

● 現在および今後公募予定の関連補助事業の例

・ R6年度補正予算「R7年度 観光地・観光産業におけるユニバーサルツーリズム促進事業」

・対象は**宿泊施設 + 観光施設(文化施設、歴史施設、娯楽施設、食事買物施設、温泉施設 其他施設)**

・バリアフリー化に必要な施設整備や設備導入等の支援

(補助率1/2 補助上限1500万円) (R7年 4月上旬 公募開始)

・ R6年度補正予算「地域観光魅力向上事業」

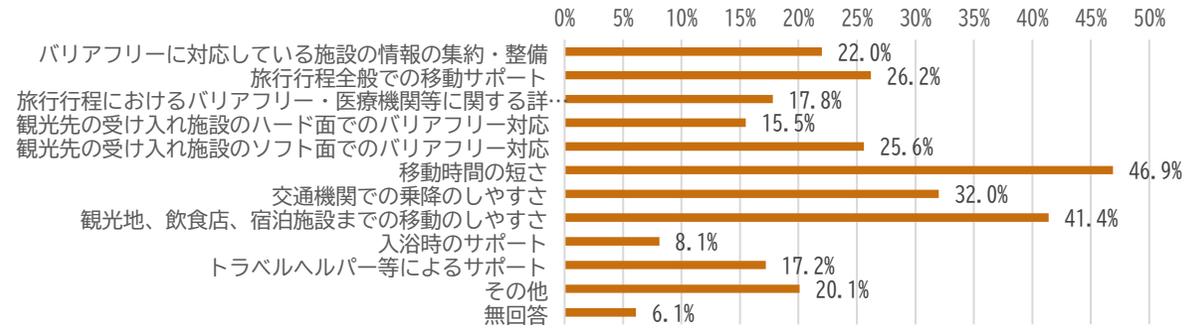
※現在公募中(R7.3.3～4.18正午)

・対象は公共団体、DMO、観光協会、民間事業者等(採択は地方部優先)

・地域資源を活用した収益性が高く独自性・新規性のある観光コンテンツの開発、
 販路開拓や情報発信の総合的な支援等 (400万円まで定額、400万円を超える
 部分は補助率1/2 補助上限1250万円 最低事業費600万円)

【最新調査から】旅行にほとんど行かない障害者が旅行に行く条件とは？

出典：観光庁「ユニバーサルツーリズムに関する調査業務」(令和5年3月) (n=309)



調査対象：身体障害、聴覚障害、視覚障害、知的障害、精神障害のある人(いずれも障害者手帳所持者)、発達障害のある人

5.国内の概況・最新動向

- 観光庁作成の接遇マニュアル「高齢の方・障害のある方などをお迎えするための接遇マニュアル」
(観光庁のHPで公開中 宿泊施設編・旅行業編・観光地域編の3種類あり)
- 観光庁は、2018年3月、2020年のパラリンピックを見据え、地域の受入環境づくりにいち早く取り組むことが他地域との差別化を図り、お客様を獲得する上で重要なポイントとなる、として基礎的な内容を整理して公開した。将来的な安定した顧客の確保のため、取り組む意義やメリットは大きいとしている。
- 障害者差別解消法により求められる「不当な差別的取扱いの禁止」「合理的配慮の提供」への対応として接遇の心構えやポイントがまとめられている。
- 「シーンごとの接遇のポイント」の内容により、宿泊施設編、旅行業編、観光地域編の3種類がある。
- 宿泊施設編は、現在、厚生労働省が改正旅館業法に対応した「研修ツール」として更新、拡充して作成中。

目次（旅行業編）

第1部：ユニバーサルツーリズムの必要性

1. マーケットの広がり
2. バリアとは？
3. 接遇とは？

第2部：障害を知る

1. 障害の種類
2. 肢体不自由／車いす使用
3. 視覚障害
4. 聴覚障害・言語障害
5. 知的障害・発達障害・精神障害
6. 内部障害・難病・慢性疾患
7. 加齢に伴う障害
8. その他配慮が必要な方

コラム：身体障害者補助犬について

第3部：シーンごとの接遇のポイント

1. 接遇の基本
 2. シーンごとの接遇のポイント
- シーン① 情報提供
シーン② 申込み・相談
シーン③ ツアー催行時
シーン④ 緊急時・非常時の対応

参考資料

バリアフリー旅行相談窓口

現在、50以上の団体が国内の各地で活動しています。地域の観光施設や宿泊施設などのバリア、地域内の各種支援サービスなどを調査・収集し、詳細な情報をHPなどで発信しています。また、相談窓口として、客観的な調査データをもとに、地域の観光案内を実施しています。



接遇の心構え・ポイント

□ひとりひとりの尊厳を尊重する

高齢の方や障害のある方の尊厳を尊重して対応することは接遇の基本です。特別な扱いを必要としているわけではありません。他の方と同じように対応します。同行者や介助者に話しかけるのではなく、ご本人としっかりと意思疎通を図ります。

□必要な支援をしっかりと確認して対応する

心身機能や障害の程度、必要な支援は、ひとりひとり異なります。勝手な思い込みや判断をせずに、どのような支援が必要かをしっかりと伺います。支援を押し付けず、積極的な声かけとコミュニケーションが重要です。求めていることをしっかりと把握し、適切な対応を心がけます。

□できることはご本人に任せる、無理なことはしない

高齢や障害があるからといって、あらゆる支援が必要なのではありません。自主的な行動を尊重し、支援が必要ない時は、見守りましょう（ただし、安全面で配慮が必要な場合は、積極的に声をかけて支援します）。自分だけでは対応が難しい場合には無理をせず、周りの人に協力を求めます。

□施設や設備などの情報を発信する

心身の状況や障害の程度、必要な支援は、ご本人が一番わかっています。ニーズを把握して対応することも重要ですが、高齢の方や障害のある方がご自身で判断できるよう、詳細な情報を提供することも大切です。



5.国内の概況・最新動向

■厚生労働省による新たな研修ツール (2025年3月HP公開予定)

- 特定感染症の国内発生時における感染防止対策への宿泊者の協力の求めや、宿泊拒否事由の明確化、差別防止の更なる徹底等を内容とする「改正旅館業法」が2023年12月13日から施行されており、厚生労働省は現在、観光庁や、宿泊事業者、当事者団体等の協力を得て、具体的な接客シーンを想定した研修ツールを作成している。
- 本ツールは、先述の観光庁の接遇マニュアル(宿泊施設編)をもとに内容を更新、拡充させるもので、旅館業法上の対象施設だけでなく、民泊等の住宅宿泊事業者や観光施設、飲食事業においても幅広く活用できる。

本編目次 (素案イメージ) ※変更の可能性あります
※概要版も作成される予定です

1. 総論

- ユニバーサルツーリズム推進の意義に係るポイント
- ユニバーサルデザイン2020行動計画(平成29年2月)のポイント
- 改正旅館業法のポイント
- 改正障害者差別解消法のポイント
- 改正旅館業法に基づく要配慮者に対する

接遇対応研修の基本的ポイント

- バリアとは?
- 接遇とは?
- 障害の種類や特性等の多様性について
- 改正旅館業法に基づく接遇対応研修の企画立案及び実施

に当たっての基本的ポイント

2. 各論

1. 接客シーン別の接遇対応について

- 情報提供・問合せ・予約
- チェックイン
- 設備や客室の案内・誘導
- 食事
- 入浴
- チェックアウト

接客シーン別なので
観光施設や飲食店等
も活用できる!

- 緊急時・災害時における対応について
- 障害の種類や特性等に関する基本的知識と求められる配慮について

- 肢体不自由/車いす使用
- 視覚障害
- 聴覚障害・言語障害
- 知的障害・発達障害・精神障害
- 内部障害・難病・慢性疾患
- 認知症
- 加齢に伴う障害
- 感染症の患者等
- その他配慮が必要な方
- 複合障害

3. 付録

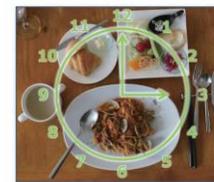
当事者団体が提供するプログラム等
その他参考資料

当事者目線
を入れるために活用
できる!

障害等の種類別に困り
ごとが把握できる!

■視覚障害の方に料理を配膳する際は、お皿に手を導きながら料理の配置を説明します。

- お客様に一声かけてから、料理の内容と配置を丁寧に説明します。
- 特に、スープや飲み物などの熱いもの、こぼれる危険性があるものがある場合は、食事の前に手を導いて確認していただくことが大切です。
- カニやエビ、貝など殻がある料理の場合、食べた後の殻を再度口に入れてしまうことがあるので、その旨説明し、求めがあれば別容器(殻入れなど)を用意しましょう。
- クロックポジションを用いて説明するなど、分かりやすい説明を心がけます(方向の伝え間違いに注意が必要です)。



▲クロックポジションのイメージ

電話リレーサービスのイメージ

[こちらは電話リレーサービスです。] すぐに切らないで! 聴覚などに困難がある人の電話をつなぐサービス | 政府広報オンライン (gov-online.go.jp)



資料2
高齢の方、障害のある方など
配慮を要する宿泊者に対する
接遇研修ツール (素案)



(イメージ)

令和●年●月
厚生労働省・観光庁

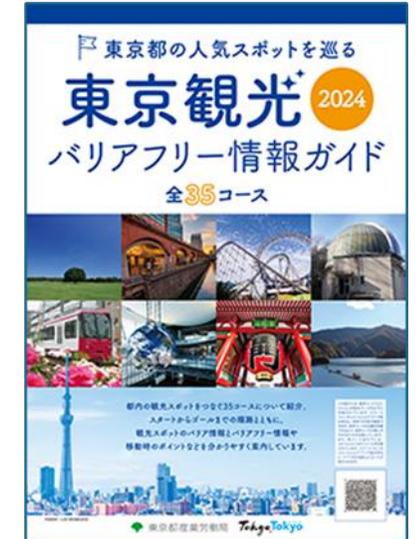
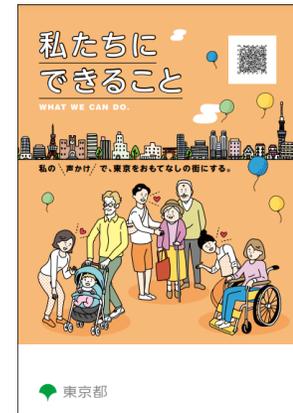
厚生労働省検討会資料をもとに久保田作成

5.国内の概況・最新動向

- 東京都の「アクセシブル・ツーリズム」施策
- 東京都では、産業労働局観光部受入環境課が、「高齢者や障害者など、移動やコミュニケーションに困難を抱える方のニーズに応えながら、誰もが旅を楽しめることを目指す取組」として、アクセシブル・ツーリズム施策を進めている。
- 特に東京2020大会開催決定(2013年)を機に関連施策を拡充させ、観光関連事業者、都民向け、旅行者向けなど多様な事業が実施されている。
- 近年は島しょ部等における自然体験型観光におけるアクセシブル・ツーリズムの充実にも取り組んでいる。
(観光部を含む都の関連事業一覧は巻末の参考ページのリンク参照)

<主な制作物>

- 都民向けおもてなしポケットガイド
 - バリアフリー観光情報ガイド
 - 東京都飲食店バリアフリーガイド
- など



● 東京2025デフリンピック(11/15~11/26)の開催に向けて

- 2025年は「東京2025デフリンピック」が開催され、世界70~80カ国・地域から選手や関係者約6,000人が集まるとされている。聴覚障害への理解と対応への取り組み促進が期待される。

デフリンピック:国際ろう者スポーツ委員会(ICSD)主催のデフアスリート対象の国際スポーツ大会。
第1回は1924年のパリ。東京大会は日本で初めての開催となる。
[デフリンピックとは | 東京2025デフリンピック 大会情報サイト](#)

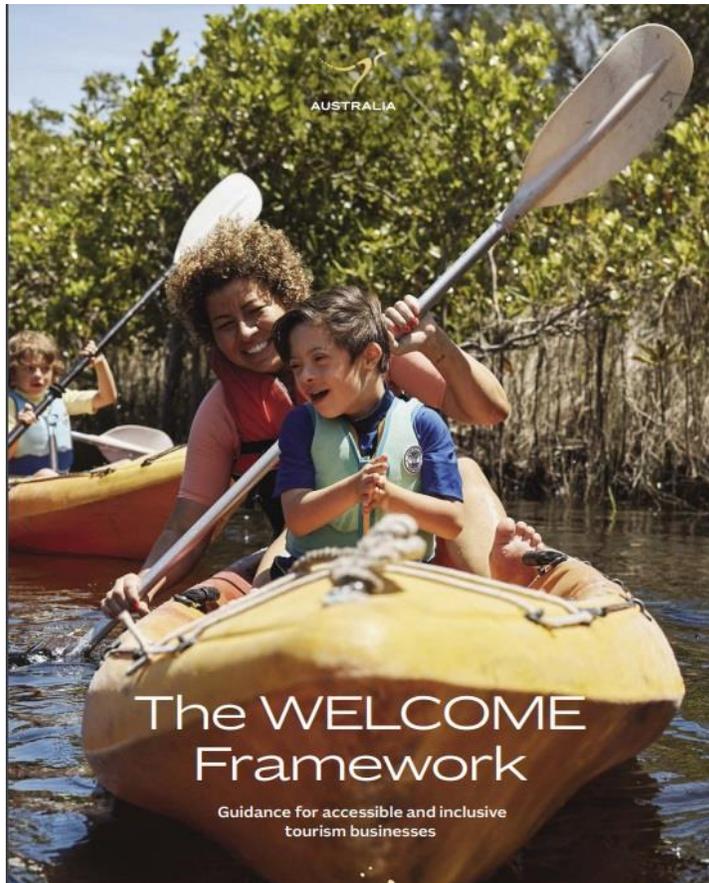
街で聴覚障害をもつ旅行者に
出会う機会も増える？
聴覚障害の特徴、困りごととは？

6. 世界の観光局等による業界アプローチ・事業者取組事例(6-1:観光局等)

第5章では、国内の政策の変遷や最新動向を確認した。では、各国の関連省庁や観光局はどのような政策を展開しているのだろうか。ここでは、豪州と英国を例に、行政や観光局が観光事業者等に向けてどのようなツールやガイドを提供しているのかを見ていく。

事例1 Austrade(オーストラリア貿易投資促進庁)【The WELCOME Framework】

豪州では観光経済に関する戦略「THRIVE2030」においてアクセシブル・ツーリズムを優先取組事項に掲げており、製品やサービスのアクセシビリティを確保することにより、新たな市場がさらに拡大することを業界に呼びかけている。具体的には、Austradeが「The WELCOME Framework」で、観光事業者向けにガイダンスを提供している。



The WELCOME Frameworkでは、WからEの7つのテーマに沿って、実際にまず試して欲しい事柄や**必要な意識、マインドセット、発信すべきメッセージ**について具体的に記している。

6. 世界の観光局等による業界アプローチ・事業者取組事例(6-1:観光局等)

©公益財団法人東京観光財団/公益財団法人日本交通公社/久保田美穂子

事例1 Austrade(オーストラリア貿易投資促進庁)【The WELCOME Framework】の掲載内容例(一部)

- **W** ● **簡単で早くできることから行動。**設備に関する明確な情報をサイトに更新。照明を明るくし、通路の障害を取り除く。
- **E** ● オーストラリア観光データウェアハウス(ATDW)を更新し、対応できるアクセシブル・ツーリズム項目を登録する。
- レセプションの高さを低くできない場合、車椅子ユーザーに別のチェックインスペースを設ける。長時間立ってられない人のために、チェックイン時間の短縮を検討する。
- 受付の周囲の騒音に注意し、静かな場所を設ける。車椅子だけでなく、視覚、感覚、見えない障害にまで配慮する。ウェブサイト上のアクセシビリティ情報を常に最新に保つ。
- **L** ● サイトや施設内に最寄りの駅からの距離も含め、公共交通機関情報を載せる。
- (ゲストに対して)旅行計画を作成するのに助けが必要かを聞く。
- 実際に訪問し、アクセシビリティが確保されている(近隣)施設をリストする(ホテルであれば周辺の飲食店リストにハイライトを。)
- **C** ● **ウェブサイト、電話、メール、すべての提供情報に一貫性を持たせる。**
- オンライン予約時にゲストがニーズを伝えられるようウェブサイトにQAを設ける。**特別なニーズを伝えられる機会を設ける。**
- **「完全にアクセシブル(fully accessible)」のような一般的なワードは使わず、より詳しいアクセシビリティ情報を説明する。**
- **O** ● スタッフがアクセシブルトラベラーのニーズに配慮する。例えば補助犬の認識と適切な対応、神経多様性のビジターの認識と特別な対応。
- スタッフへのトレーニングの実施。他の組織の実施する研修や支援プログラムの検討。
- **アクセシビリティをコンプライアンスではなく主要なマーケットと見るようにする。**
- **M** ● ウェブサイトや予約チャネルのアクセシビリティ情報(スロープ、トイレ、照明、聴覚ループ、駐車場等)を更新する。それらの情報にすべての潜在的な顧客がオンラインでアクセスし易い状態にする。アクセシビリティ情報に写真を載せる。ビデオには音声とキャプションをつける。
- **E** ● **顧客からの改善策についてのフィードバックを歓迎している、という声明を出す。**
- 施設のうち常に利用可能なアクセシビリティの特徴のみ推進する。関係コミュニティのニーズを考慮する。
- 体験提供する場合は、必要な持ち物や服装を伝える。自動予約システムに頼るのではなく、直接人に聞け、確認できるようにする。
- **助けを求めているかどうか、常に最初に尋ねる。自分の能力を判断するのはその人自身であり、援助を必要としない場合もある。**

6. 世界の観光局等による業界アプローチ・事業者取組事例(6-1:観光局等)

事例2 Visit England 【Accessible and Inclusive Tourism Toolkit for Businesses】

英国ではイングランド政府観光局が、詳細なツールキットを発行。加えて<滞在型宿泊施設><ホテル><アトラクション><飲食>の業種別のTOP20tipsが提供されている。また、アクションチェックリストも用意されており、ガイディングだけではなく実際に事業者が行動に移すことが出来るような工夫がされている。

ツールキットは全91ページから成り構成は以下の通り。各項目、行動に移すための詳細なディレクションが記載されている。

- セクション1 アクセシビリティとは何か
- セクション2 インクルーシブな経験を提供するメリット
- セクション3 顧客を知る
- セクション4 インクルーシブな歓迎
- セクション5 アクセシブルな特徴と設備
- セクション6 マーケティングとアクセシビリティ
- セクション7 インクルーシブな採用及び雇用
- セクション8 アクセシビリティへの旅を続けよう



An introduction to this accessible and inclusive tourism toolkit

Aimed at micro, small and medium-sized tourism businesses wanting to embark on, or continue, their accessibility journey and reach the £14.6bn accessible tourism market.



Section 1: What is accessibility?

Accessibility involves removing barriers to provide positive experiences for all. In the case of this toolkit, it's about ensuring that everyone can enjoy tourism.

イメージ: Visit Englandウェブサイトより

6.世界の観光局等による業界アプローチ・事業者取組事例(6-1:観光局等)

事例2 Visit England 【Accessible and Inclusive Tourism Toolkit for Businesses】

以下はツールキットと合わせて業種ごとに提供されているTOP20Tipsのうち、【アトラクション用】の概要。
資料には各項目ごとに詳細な解説が付いている。



TOP 20 Tips for attractions

1. 障害のある顧客が利用しやすいフィードバック方法を提供し、それに対し迅速に返答・対応する。
2. ウェブサイトに 'Access for All' のセクションを設ける。
3. アクセシビリティを促進するために、詳細かつ正確なアクセシビリティ・ガイドを提供する。
4. ウェブサイトがアクセシビリティ基準に適合し、顧客とのすべての文書によるコミュニケーションがアクセシブルなフォーマットで利用可能であることを確認する。
5. 利用しやすい十分な駐車スペースと降車場所を提供すること。
6. 段差のないエントランスを設ける。
7. いつでも補助犬を歓迎する。
8. 同伴者の入場を無料にし、身体障害者には割引料金を適用する。
9. ゲスト全員に、緊急時の避難に支援が必要かどうかを尋ねる。具体的な取り決めがあれば記録しておく。
10. 分かりやすいサイネージ(看板)を設置する。
11. ヒアリングループを設置し、定期的にテストする。
12. 静かなスペースを確保する。
13. ビデオやオーディオガイドに字幕と手話通訳を利用できるようにする。
14. 施設内外に一定程度の間隔で座席を用意する。(長い経路や待ち時間が発生しそうな場所等も)
15. アクセシビリティに関連する機器を提供する。(イヤードیفエンダーや手元で遊べるフィジエツトスピナー等の神経に障害のある子供のためのアイテムが入ったパックや、車椅子、移動用スクーター等を貸し出す)
16. アクセシブルトイレを設置し、理想的には更衣室を設置する。
17. 障害者グループの参加に向けた専用セッションの実施。
18. マーケティングに障害者のイメージを盛り込む。
19. 全スタッフに障害者意識を教育し、アクセシブルな施設、サービス、設備、避難手順を熟知させる。
20. (組織内に)アクセシビリティ・チャンピオンを任命し、アクセシビリティ・アンバサダーを奨励。

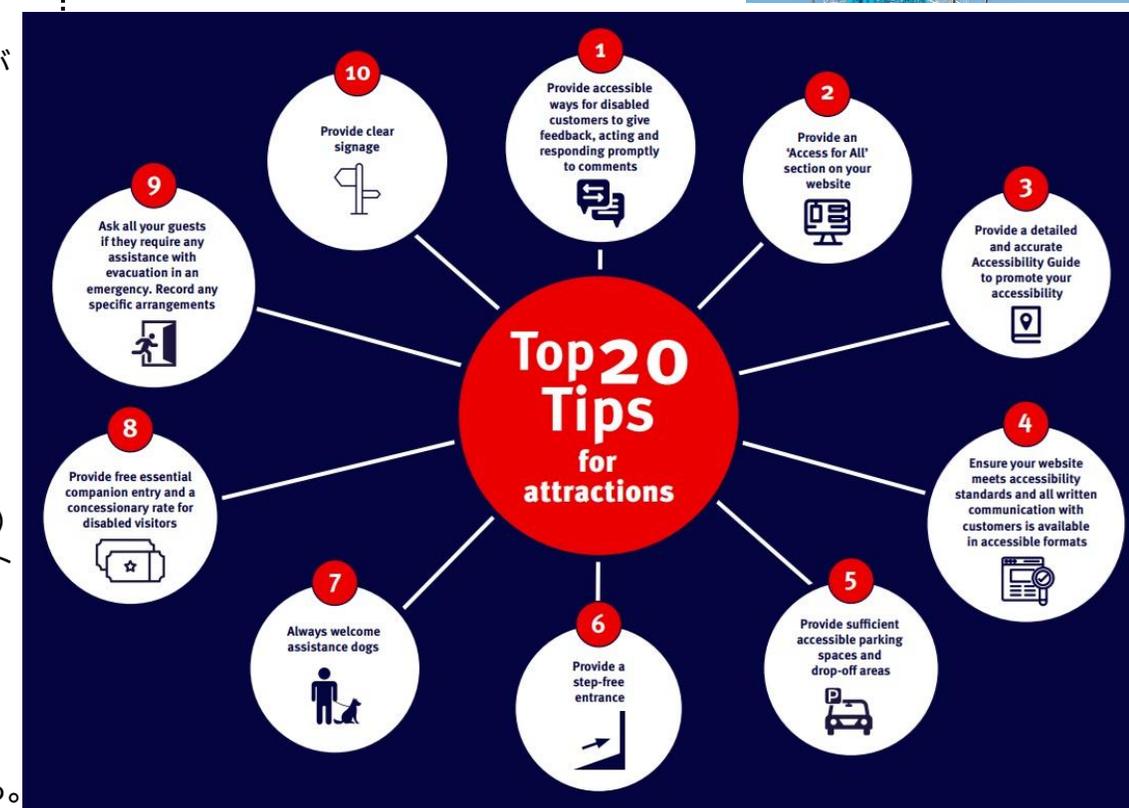


図: Visit EnglandウェブサイトTOP TIPS ATTRACTIONSより

6.世界の観光局等による業界アプローチ・事業者取組事例(6-1:観光局等)

事例2 Visit England【Accessible and Inclusive Tourism Toolkit for Businesses】

続いて以下は<ホテル>用TOP20Tipsの概要。<アトラクション>用と異なるのは下線部分。

TOP 20 Tips for hotels

1. 障害のある顧客が利用しやすいフィードバック方法を提供し、それに対し迅速に返答・対応する。
2. 予約の際に、具体的な要件について情報を提供してもらうようにする。
3. ウェブサイトに‘Access for All’のセクションを設ける。
4. アクセシビリティを促進するために、詳細かつ正確なアクセシビリティ・ガイドを提供する。
5. ウェブサイトがアクセシビリティ基準に適合し、顧客とのすべての文書によるコミュニケーションがアクセシブルなフォーマットで利用可能であることを確認する。
6. 利用しやすい十分な駐車スペースと降車場所を提供すること。
7. 段差のないエントランスを設ける。
8. いつでも補助犬を歓迎する。
9. ゲスト全員に、緊急時の避難に支援が必要かどうかを尋ねる。具体的な取り決めがあれば記録しておく。
10. アクセシビリティ要件のあるすべてのゲストに客室へのご案内と荷物のお手伝いを申し出る。
11. ヒアリングループを設置し、定期的にテストする。
12. 指定されたアクセシブルな寝室にウェットルームとバスを選択できるようにする
13. 指定されたアクセシブルな寝室にツインベッドまたはzip and linkベッドを用意する。
14. 少なくとも1つの部屋にシーリング・トラック・ホイスト(天井走行リフト)、またはポータブル・ホイスト(リフト)を設置する。
15. 聴覚障害者または目の見えないゲストがどの部屋でも宿泊できるように、ポータブル機器(聴覚障害者用の光や振動等で非常時やドアベル等を知らせるもの、大きな印刷物や音声版の客室内情報等)を提供する。
16. テキストベースでルームサービスの注文を受けて、聴覚障害のあるゲストをサポート
17. アクセシブルトイレを設置し、理想的には更衣室を設置する。
18. マーケティングに障害者のイメージを盛り込む。
19. 全スタッフに障害者意識を教育し、アクセシブルな施設、サービス、設備、避難手順を熟知させる。
20. (組織内に)アクセシビリティ・チャンピオンを任命し、アクセシビリティ・アンバサダーを奨励。

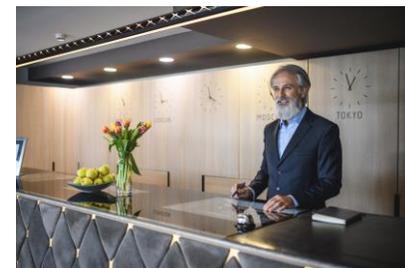


図: Visit EnglandウェブサイトTOP TIPS HOTELSより

6.世界の観光局等による業界アプローチ・事業者取組事例(6-2:事業者等)

©公益財団法人東京観光財団/公益財団法人日本交通公社/久保田美穂子

Beamish Museum 1950s homes helping people with dementia

7 October 2023

Share Save



A 1950s-style kitchen inside the newly-opened aged miners' cottages



with H Track hoist system

イメージ: Sandcastle Waterparkウェブサイトより



イメージ: accessible beachesウェブサイトより

Sandcastle Waterpark

イングランド北西部にある同施設では、障害を持つビジターが楽しめるよう、多様な取組を実施。例えば、自閉症を持つ子供たちへ、事前に体験ビデオや訪問前の見学の機会を提供、営業時間においては、全館始めの1時間はアナウンスや音楽は流さず、静かな時間としている。また、必要に応じていつでも静かな空間を利用できるようにする等きめ細やかな対応をしている。また、障害のあるゲスト用の標準入場券を1枚購入すると、同伴者1名分のチケットが無料となる。施設の様子は動画でいつでも確認できるように



Accessibility CAPS



YouTube icon

Facebook icon

Instagram icon

TikTok icon

accessible beaches

人口の87%が、海岸線から50km圏内に住んでいると言われている豪州では、すべての人がビーチにアクセスできるような取組が広がっている。accessible beachesのサイトでは、駐車場やバスルーム、ビーチマットや屋外のシャワースペース、ビーチへのカーペット等、設備の詳細が分かるようになっており、各ビーチの対応度合いについて5段階で示している。なお、ギリシャにおいても国内の280のビーチについてアクセシブル対応している。



Beamish Museum

イングランド北部にある同館では、Health&Wellbeing チームを作り、認知症やその他の健康上の問題を抱える人々のための活動を実施。1950年代を再現した建物があり、認知症の方々のサポートに繋がっているという。この博物館のプログラムに母親が参加した女性によれば、「アルツハイマー病患者の場合、朝にしていたことは完全に頭から消えていたはずが、この(建物に入り)支援プログラムに参加すると、彼女はすぐに元の自分を取り戻したと感じ、戦争のことや子供だった頃のことを話しました。」と語っている。高齢化が進むにつれ認知症患者は増えることが見込まれ、豪州や英国、カナダや米国では、**Dementia friendly** ツーリズムの取組が出てきている。なお、英国は事業者用のガイドも作成している。

● ドイツ政府観光局によるアクセシブル・ツーリズムウェブサイト

サイトでは、移動、視覚、聴覚、学習に困難がある旅行者等に対して、個別の情報発信を充実させている。

Video on the contents of the website for people with hearing disabilities



例えば、聴覚に困難がある旅行者に対しては、手話と字幕付きで以下2種類の動画を掲載。

- ①ウェブサイトの使い方や、旅行計画の際の情報収集について
- ②ドイツ国内の観光地について

各障害の種類に応じた観光計画へのサポートや情報発信をしている。



Travel planning

- Getting there and travelling around accessibly
- Practical information for planning your trip

[Find out more→](#)

イメージ:ドイツ政府観光局アクセシブル・ツーリズムウェブサイトより
[Experience Germany barrier-free - Germany Travel](#)

Disability-friendly travel for ...



Restricted mobility

Guests with restricted mobility can look forward to a whole host of holiday options in Germany. From accessible accommodation to outstanding leisure options, so many places now offer step-free access and plenty of space and convenience. . .

[Learn more →](#)



Visual impairments

Germany is there to be tasted – just think of succulent roast meat or the salty sea air ... Breathe in the scents of Germany – the heathland in full bloom, or the aroma of gingerbread wafting around the Christmas markets ... Germany resonates with glorious sounds, from the strains of Bach and Beethoven to cowbells on mountain pastures ... And how does Germany feel to you?

[Learn more →](#)



Hearing impairments

Unique landscapes stretching out between the sea and the Alps, vibrant cities and places perfect for contemplation – this country is a treat for the eyes, ears and palate. Accommodation providers and institutions within Germany are increasingly offering enhanced services for visitors with hearing difficulties.

[Learn more →](#)



Hearing impairments

Vivid natural landscapes between the sea and the mountains, vibrant cities and local delicacies – pure indulgence for the eyes, nose and palate! Discover Germany, the holiday destination.

[Learn more →](#)



Learning disabilities

Come to Germany!
 There's so much to discover.
 Look here, for information in plain language.
[Find out more \(click here\) ↗](#)



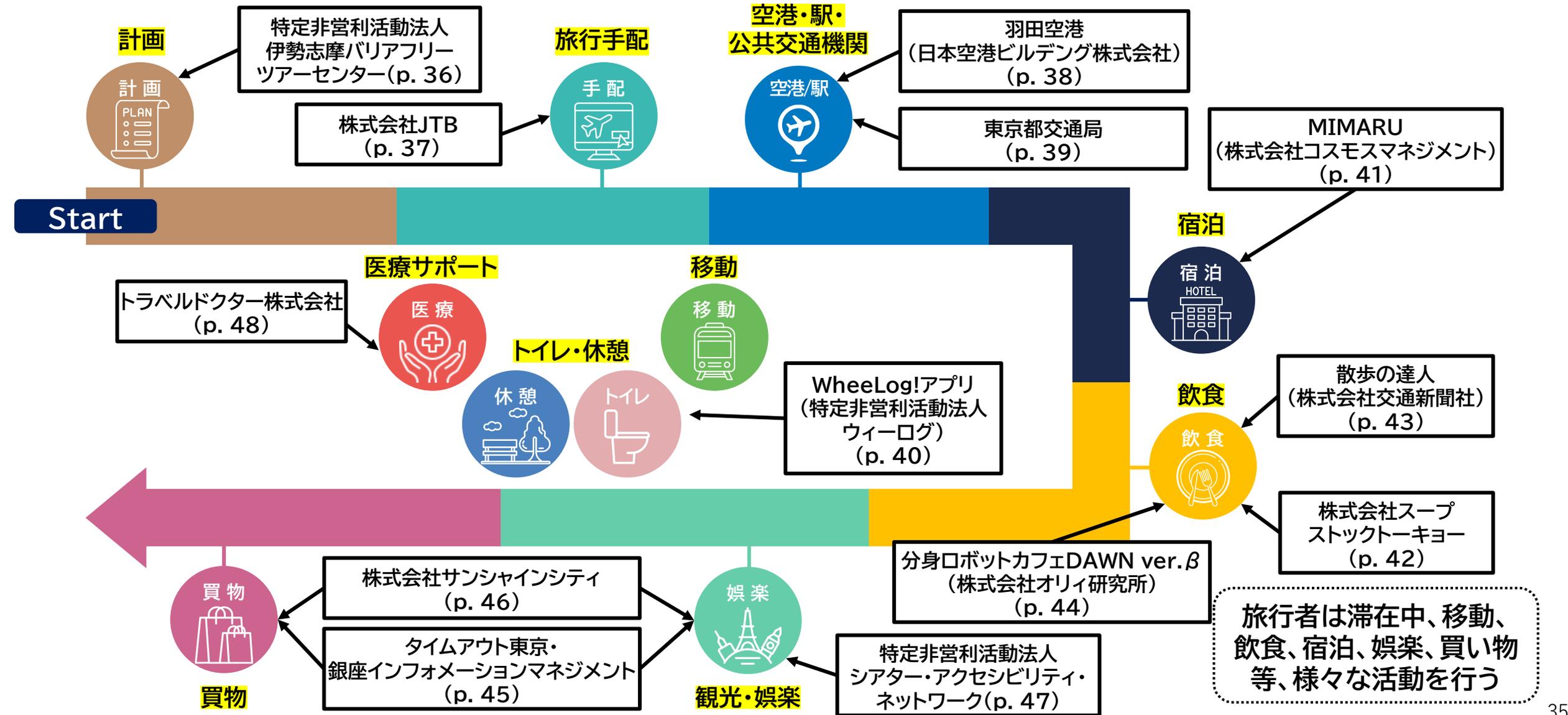
Allergies/ intolerances

Now is the time to breathe in that sea or mountain air. Completely immerse yourself and relax in the thermal waters of traditional spa towns. Go out to eat in high-class restaurants without a care in the world. Germany's establishments will be happy to cater to any allergies or food intolerances.

[Learn more →](#)

7. 旅行者とのタッチポイントで見る東京および国内の取組事例

では、東京にはどのような取組事例があるだろうか。ここからは、旅行者とのタッチポイント別に、東京都内を中心に国内の先進的な取組事例を紹介するとともに、現場での取材から見てきた取組のポイントについてまとめ、必要な方向性を考える。



「行けるところ」より「行きたいところへ」 (特定非営利活動法人伊勢志摩バリアフリーツアーセンター)

バリアフリーツアーセンターは、障害や困難を抱える方が安心して旅行を楽しむよう、旅行相談窓口の開設をはじめ、さまざまなサポートを行っている組織です。伊勢志摩バリアフリーツアーセンターはその先駆けとして2001年度から準備を開始し、2002年には三重県鳥羽市の駅前に事務所を設置しました。2011年には、全国で一定水準のサービスを提供できるよう、「日本バリアフリー観光推進機構」を構築。2025年3月時点で、全国16のセンターが加盟しています。同機構は各地のセンターを全国標準のシステム「パーソナルバリアフリー基準」で結んでいます。

伊勢志摩バリアフリーツアーセンターでは、旅行者や同行者が旅先で快適に過ごせるよう、旅行相談や、バリアフリー対応の宿泊施設・観光施設の案内、必要に応じた機材や介助サービスの手配・貸し出しなど、幅広いサポートを行っています。

さらに、観光事業者に対してもアドバイスを行っており、地域に住む障害当事者を含む調査スタッフが、宿泊施設や観光施設を実際に訪問し、当事者目線で調査。その結果をウェブサイトで公開し、情報提供を行っています。

また、宿泊施設がバリアフリー改修を行う際には、前述の「パーソナルバリアフリー基準」に基づき、施設の状況に合わせた改修案を提案しています。

障害や困難を抱える方は、どうしても「行けるところ」という限られた選択肢から旅先を選ばざるを得ません。しかし、同センターは「行きたいところ」へ行くことを後押しするために、誰もが安心して旅を楽しむ環境づくりを、伊勢志摩エリアにとどまらず全国へと広げています。

出所
<https://www.barifuri.com/>
<https://www.nihon-bf.jp/>



1階車いす対応トイレ入口。入口幅89センチ。ドアには全開保持機能あり。



1階車いす対応トイレ内部。



1階車いす対応トイレには、オストメイト（温水）・ペーパーシートあり。



2階車いす対応トイレ内部。1階のトイレとは手すり位置が対称になっているので、使い易いほうを選ぶこともできる。

トイレ詳細情報

入口	(1階・2階とも) 手動片引き戸 幅：89センチ
個室の広さ	1階 便器に向かって たて：192センチ、よこ：253センチ 2階 便器に向かって たて：201センチ、よこ：175センチ
便器種類	(1階・2階とも) 一般便器タンクなし（背もたれ付き）
手すり	1階 便器に向かって 右：U型可動、左：L型固定 2階 便器に向かって 右：L型固定、左：U型可動
水洗方法	(1階・2階とも) タンク横レバー・壁面ボタン
温水洗浄便座	(1階・2階とも) あり 操作パネル：壁面
その他設備	緊急ボタン・便器手元に手洗い・（1階のみ）ペーパーシート
備考	鳥羽湾めぐりの遊覧船や、離島へ行く定期船の発着場。

レンタル用品

どこでもチェア（無料レンタル車いす）

数量
 目立式 当センターに3台のほか、鳥羽市内6ヶ所のレンタルステーションに各1~2台
 介助式 当センターに2台、鳥羽市観光案内所に1台
 大型 当センターに1台

レンタル料金 無料



JINRIKI（ジンリキ）

数量 クイックタイプ 3セット

レンタル料金 無料（配送不可）



海の車いす（水陸両用車いす）

数量
 ランディーズ（介助式水陸両用車いす）2台
 ヒップキャンブ（自走・介助式水陸両用車いす）1台

レンタル料金 無料（ただし配送料別途）



車いす用レインウェア、ポンチョ

数量
 車いす用レインウェア（足カバー付風）
 XLサイズ 1着、Mサイズ 1着



※サイトは2025年2月現在

すべての人に安心と楽しさを—JTBの取組 (株式会社JTB)

JTBは以前からユニバーサルツーリズムに取り組んできました。2001年にはバリアフリー旅行を専門に扱う「JTBバリアフリープラザ」を開設し、翌年にはバリアフリー対応のパッケージ旅行「ソレイユ」を展開しました。

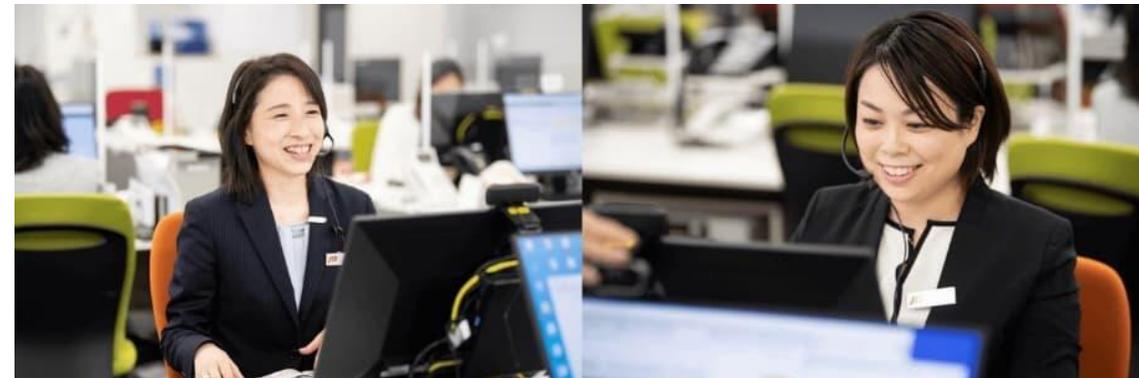
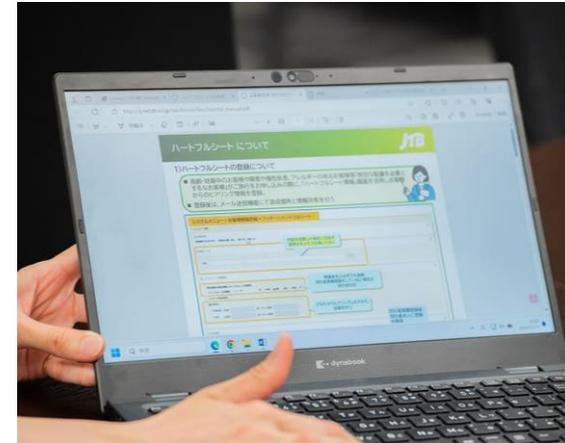
同社が考えるユニバーサルツーリズムは、年齢や性別、国籍や障害の有無などにかかわらず、すべての方が安心して楽しめる旅行のことです。しかし、バリアフリー専用の旅行商品ではどうしても日程やコースが限られてしまうため、「JTBバリアフリープラザ」と「ソレイユ」を終了し、2013年からは全社でユニバーサルツーリズムを推進。主力商品である「エースJTB」や「ルックJTB」をベースに、お客様のニーズに合わせて対応していく方針へ転換しました。

多様なお客様のお困りごとやご要望に合わせて基本的な対応ができるように、社内向けのガイドブックを作成し、ユニバーサルツーリズムの取組の趣旨や主な障害の特性、対応のポイントなどをまとめています。状況の変化に応じて改訂を重ね、2024年時点では第9版になったとのこと。

また、お客様のご要望を把握するため、「ハートフルシート」という名称のヒアリングシートをシステムに導入。障害の状況や必要な配慮、ご要望だけでなく、旅の目的をうかがい、お客様の想いに寄り添うことを大切にしています。

気軽に旅のご相談をしていただくために、JTBでは全店舗で相談を受け付けているほか、インターネット経由で相談できる「JTBリモートコンシェルジュ」も設けています。また、2023年からは手話通訳を交えた手話通訳付専門デスクも利用可能となりました。

旅の醍醐味を多くの方に味わっていただくために、時代に合った最適な寄り添い方を提供する同社の取組に、今後も注目が集まりそうです。



出所

<https://www.jtbcorp.jp/jp/jtbeing/2025/02/01.html>

多様なニーズに応える空の玄関口—羽田空港の包括的サポート (日本空港ビルデング株式会社)



羽田空港旅客ターミナルビルを建設、管理・運営する日本空港ビルデング株式会社およびグループ会社は、困難を抱える方を含めたすべての利用者を、ハード・ソフト両面から多様な形でサポートしています。その取組は国際的にも高く評価されており、英国のSKYTRAX(スカイトラックス)社による国際空港評価のPRM(高齢者、障がいのある方、けがをされた方への対応)部門において、2024年時点で6年連続第1位を獲得しています。ここでは、数ある取組の中から、最近の事例を中心に紹介します。

まず、ハード面の取組として、国際線では2010年、国内線では2020年に車椅子のコモンユース化を実現しました。従来は、鉄道会社、空港ビル、航空会社が各自で車椅子を保有しており、管轄エリアをまたぐ際に車椅子を乗り換える必要がありました。そこで、空港ビルが車椅子を一括して導入し、来館から機内まで最小限の乗り換えでの移動を実現、利用者や介助者の負担軽減につながりました。車椅子は、保安検査を通過できる樹脂製および木製を基本とし、体格の大きい方向けやリクライニング機能付きなど、さまざまな種類を用意しています。

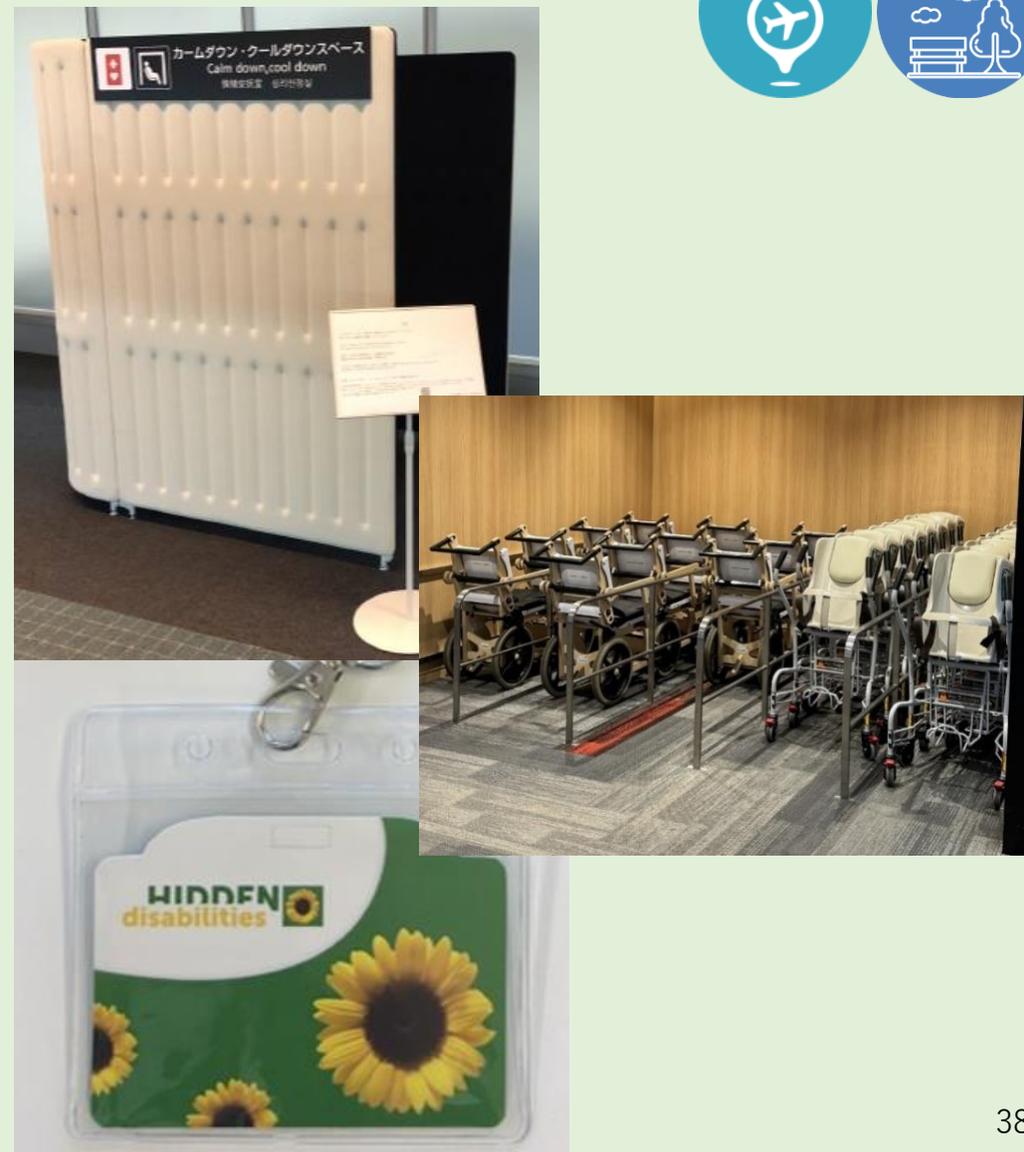
トイレについては、多くの利用者がスーツケースを持っていることを考慮し、一部の一般向けトイレは広めに設計されています。また、多機能トイレについては、片麻痺の方が使いやすいように、スペースに余裕のある場所では左右対称で1カ所ずつ設置されています。さらには、補助犬(盲導犬・聴導犬・介助犬)専用のトイレが各ターミナルに設置されています。長時間移動を控えた利用者が多い空港ならではの配慮といえます。

2020年には、発達障害や精神障害等の方が落ち着ける「カームダウン・クールダウンスペース」を導入、保安検査場通過後のエリアに設置しました。これは、保安検査の際に荷物を一時的に手放さなければならないことへの不安や、金属探知機のアラート音による刺激など、空港内で最も緊張やストレスがかかる場面を考慮したためです。利用者は同スペースで気持ちを落ち着け、リセットできます。利用者からの反響も大きく、今後もニーズに応じた改良を視野に入れています。

ソフト面では、案内所のスタッフ全員が「サービス介助士」の資格を取得しています。また、手話技能検定にも挑戦するスタッフもあり、研修を通じてさまざまな対応スキルを習得しています。また、介助サービスを提供し、資格を持つスタッフがサポートします。

2022年からは、目に見えない障害のある方が支援を受けやすくする「ひまわり支援ストラップ」の配布を開始しました。国内では「ヘルプマーク」が普及していますが海外での認知度は低いため、中央大学研究開発機構(秋山・丹羽研究室)、公財)交通エコロジー・モビリティ財団、一社)全国空港ビル事業者協会の支援・助言を受け、世界20カ国98空港で導入(予定含む)されている同ストラップの試行配布を開始しました。安定した利用者数があることから、現在も継続して配布されています。

6年連続でPRM部門世界1位を獲得する背景には、単にアクセシブルなサービスを提供するのではなく、利用者の気持ちに寄り添い、よりストレスの少ない環境を目指す継続的な取組が下支えしています。



バリアフリーから子育て支援まで—都内の移動を快適にする配慮

(東京都交通局)



東京都交通局は、都営地下鉄、都営バス、都電、日暮里・舎人ライナーを運行し、都民や旅行者の移動を支えています。公共交通機関の担い手として、誰もが利用しやすい移動環境の整備に長年取り組んできました。様々な取組の中から、最近の主な動きについてご紹介します。

ハード面の整備として都営地下鉄は、2000年度にホームドアの設置を開始、2024年に全駅に設置が完了しました。ホームドア整備後にはホームからの転落事故がゼロになるなど効果が表れています。また、ホームと車両の間の段差がある場所に関して、ホームのかさ上げ等を施し、車椅子利用者が自身で乗降できるように改善を行っています。車両についても低い位置につり革や荷棚を設置しているほか、聴覚障害がある方に向けて、ドアの開閉を点滅で知らせる表示灯の設置も行っています。

さらに、2014年には全106駅でバリアフリー1ルートの確保を完了しました。1ルートとは、地上からエレベーター等を利用してホームまで移動できることを指しており、ホームが両側に分かれている駅を含めてバリアフリールートが確保されています。さらなるルートの充実については、駅の構造や周辺状況等を踏まえ、再開発等の機会も捉えながら取り組んでいくとのことです。

一方、都営バスでは、2012年度末までにすべての車両が乗降口に段差がないノンステップバス化を実現しました。さらに、2018年からは車両後方の通路段差を解消したフルフラットバスの運行を一部で導入。加えて、「ニーリング」と呼ばれる機能を搭載し、バスが傾くことで道路と出入り口の段差をより小さくし、乗り降りをよりしやすくしています。

ソフト面においては、東京メトロと情報交換や連携を行い、バリアフリー等駅の案内に関する表記の共通化を進めるなど、よりわかりやすい案内を提供しています。また、『バリアフリー便利帳』や子ども向けには『楽しく乗ろう！交通マナーブック』といった冊子を制作し、情報発信やマナー啓発に取り組んでいます。

交通局では、子育て支援にも力を入れています。2019年から、「子育て応援スペース」を設置した車両も運行を開始しました。人気キャラクターが描かれたこのスペースは、写真映えすることからSNSを通じて認知度が広がるとともに、「自分たちを受け入れてもらっていると感じる」といった声が利用者から寄せられたと言います。この取組は高く評価され、2023年に鉄道事業者として全国で初めて「第4回 日本子育て支援大賞2023」を受賞しました。

さらに、2023年夏には都営地下鉄大江戸線の上野御徒町駅に「こどもスマイルスポット」を開設。授乳室の設置、ベビーカーレンタルサービス導入のほか、液体ミルクや紙おむつを購入できる自動販売機を設置して、荷物が多くなりがちな子ども連れの利用者の移動をサポートしています。その後、同スポットは新宿西口駅と門前仲町駅にも設置されています。

このように東京都交通局は、すべての人が安心して移動できる環境づくりを進めています。今後も都内の移動をより快適なものにしていくことが期待されます。



©Mercis bv

写真提供:東京都交通局

WheeLog!アプリ—バリアフリー情報の共創プラットフォーム (特定非営利活動法人ウィーログ)



特定非営利活動法人ウィーログは、移動や日常生活に困難を抱える方々に向け、バリアフリーに関する情報発信事業を展開するとともに、調査研究、研修教育、普及啓発に取り組んでいます。

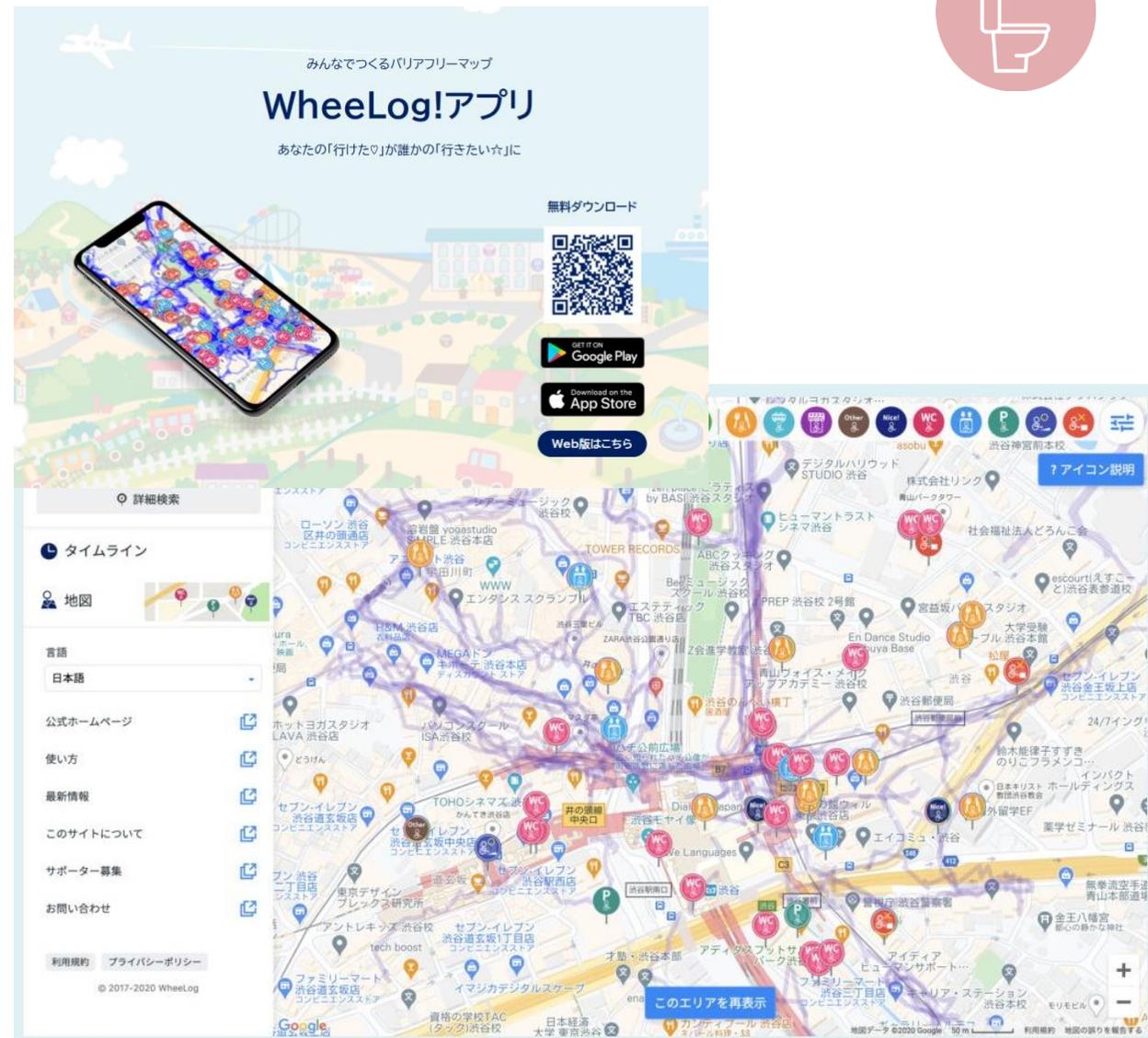
日本には多くの車いすユーザーがいるといわれていますが、街中で見かける機会が少ないのは、外出に必要な情報が十分に得られないことが一因と考えられます。そこで、同法人は誰もが参加できるバリアフリーマップ「WheeLog!」を開発しました。

このアプリでは、車いすで実際に走行したルートや、ユーザーが訪れたスポットの情報を共有できます。スポットの投稿機能では、チェック項目を○×で評価できるほか、総合評価を星の数で表す仕組みとなっています。また、コメントや写真の投稿も可能で、利用者が参考にしやすいよう工夫されています。

さらに、ユーザーの投稿情報に加え、自治体が提供するオープンデータも格納し、情報の充実を図っています。

総ユーザー数は約10万人、スポット投稿は2025年1月時点で6万件を超えています。2025年3~4月には、施設エリアマップ機能や3Dシミュレーション機能の追加など、大型アップデートが予定されており、バリアフリーマップとしてさらなる進化が期待されます。

出所：
<https://wheelog.com/hp/app>



暮らすように、みんなで泊まる—多様性に寄り添うMIMARU

APARTMENT HOTEL MIMARU(株式会社コスモスマネジメント)



MIMARUは都市型アパートメントホテルとして2018年に第1号店を開業、現在は東京・京都・大阪に27施設、都内には15施設(2025年3月時点)を展開しています。開発は(株)コスモスイニシア、運営は(株)コスモスマネジメントが行っています。マンションデベロッパー事業を展開しているコスモスイニシアがそのノウハウを活かしてMIMARUを展開、“みんなで泊まる”をコンセプトとして40㎡以上の広い客室に、キッチン・リビング、ダイニングスペースを設けている点が特徴です。

開業時はバリアフリーについて特別な配慮は行っていなかったそうですが、一般的な都市部のホテルのアクセシブルルームの多くは2名用であるため、4名で利用できるアクセシブルルームはご家族連れにご評価頂いていたそうです。そのため、誰もがみんなで安心して泊まれるホテルを目指し、SDGsの一環として取組を開始しました。

最初に着手したのは、備品の購入とアクセシブルマップの制作です。ユニバーサルデザインに関するコンサルティング事業を手掛ける(株)ミライロの協力を得て、基本フォーマットを作成。施設ごとに最寄駅からのバリアフリー経路や施設内の設備情報を掲載しました(右画像)。

次に取り組んだのは、スタッフ全員のユニバーサルマナー検定3級の受講と医療ケア児の受け入れ対応でした。ユニバーサルマナー検定3級の内容は多様性を理解する内容となっており、マインドセットを身に着けるために役立ったといえます。

医療ケア児の受け入れ対応は、(一社)Try Angleと連携し、試泊やコミュニケーションシート(右画像)の制作に取組ました。コミュニケーションシートはもともとTry Angleが作成したシートをMIMARUに適したフォーマットに仕上げました。日本語、英語、中国語の3か国語で用意し、アクセシブルルームを予約した方に送付、オンラインで入力する形式をとっています。

MIMARUの主要客は外国人旅行者であるため、ホテルスタッフの8割、ホテルマネージャーの9割が外国籍となっています。37の国と地域におよぶスタッフが勤務していることから、社内では「違いを受け入れよう」というスタンスが定着しており、多様性を受け入れる素地がもともとあったそうです。そのためか、現場のスタッフは障害を持つお客様への対応を特別とは捉えていないといえます。

旅行会社や支援団体からは高評価の声を多くいただいています。特別支援学校の修学旅行の受け入れを行った際は、一般の宿泊施設では受け入れが難しいことから、「こういう取組をしているホテルを探していた」と喜ばれたそうです。

現在は、「地球の歩き方」とコラボレーションした「バリアフリー旅行ガイド」を制作中。完成後には海外のバリアフリー旅行会社とのネットワーク構築なども視野に入れていきます。旅行のハードルを下げ、より多くの方に安心して出かけてもらいたいという想いがこもったMIMARUの取組から目が離せません。



視覚情報 コミュニケーションシート

項目	内容	備考
施設名称	APARTMENT HOTEL MIMARU	
所在地	東京都中央区	
予約方法	ウェブサイト / 電話	
アクセシブル設備	エレベーター、トイレ、シャワー、ベッド	
その他	バリアフリー経路、スタッフ研修	



「Soup for all!」の一環としての「食べやすさ配慮食」の提供 (株式会社スープストックトーキョー)

株式会社スープストックトーキョーは、創業当初からある「Soup for all!」という考え方のもと、食の多様性に対応した取組を推進しています。

その一環として、Soup Stock Tokyoでは2022年よりルミネ立川店にて、噛むことが難しいお客様に向けた「食べやすさ配慮食」サービスを提供しています。開始当初は「咀嚼配慮食」として展開していましたが、2025年1月より、年齢を重ねた方、障がいのある方、歯の治療中の方など、さまざまな理由で「食べる力」に不安を抱える方々に寄り添う食事として、名称と内容を変更しました。

日本介護食品協議会の規格に適合した「ユニバーサルデザインフード」と、具のないポタージュタイプの「なめらかスープ」を提供しています。これらは食材のかたさやなめらかさの観点から、食べやすさを考慮して選ばれています。

また、調理器具や食器、カトラリーの貸し出しも行い、お客様の用途に応じた利用が可能です。さらに、温度調整や水分調整用のお湯の提供など、より快適に食事を楽しめるようなサポートも実施しています。

2025年3月時点では、このサービスはルミネ立川店に加え、みのおキューズモール店の2店舗で提供されています。

ここでは紹介しきれませんでした。同社は離乳食やキッズセットの提供なども行っており、年齢やライフステージに応じた食の選択肢を広げています。こうした取組が広がることで、誰もがその人らしく食事を楽しめる社会づくりが進んでいくことが期待されます。

出所：
https://www.soup-stock-tokyo.com/information/soupforall_soshaku0601/
<https://www.soup-stock-tokyo.com/story/tabeyasusa>



Soup for all!

なめらかスープ (具がないポタージュタイプ)

自社基準において製品工程で過熱を施している商品です。外部認証を取得し製造している介護食関連の商品ではありません。
 原材料費や、製造工程により多少の価格差がございます。

<p>オマール 海老のビスカ</p> <p>オマール海老の濃厚なだしと旨味と、トマト、香ばしさを加えた濃厚な味わいのスープです。ミルクでさらやかに仕上げました。お米のお粥と相性が抜群です。</p>	<p>北海道産 かぼちゃのスープ</p> <p>かぼちゃのやさしい甘みと濃厚なスープです。そのままだけでもおいしい品柄のかぼちゃを選び、砂糖を加えず素材の味を生かし、お米のお粥と仕上げました。</p>	<p>とうもろこしと かつまぎのスープ</p> <p>北海道産のスイートコーンと濃厚なかつまぎの旨みを生かし、お米のお粥と仕上げました。素材だけの優しい味が特徴です。</p>
<p>牡蠣のポタージュ</p> <p>濃厚な牡蠣の旨味ととろみのかたさを活かしたポタージュ。ツナとシイタケを加えてさらやかに仕上げました。</p>	<p>きのこかつまぎのポタージュ</p> <p>山形産・産地のマッシュルームをバターで炒めし旨味を凝縮させ、かつまぎを加えてさらやかに仕上げました。</p>	<p>焼芋のポタージュ</p> <p>高級なかつまぎをベースにし、お米のお粥と仕上げました。じっくり火にかけてお粥の旨味と優しい味が楽しめます。</p>

ユニバーサルデザインフード

日本の食卓から介護食まで、幅広くお使いいただける、食べやすさに配慮した食品です。食品のかたさや粘度に応じて「固くかた」「固くま」「固くま」「固くま」の4つの区分に分類されています。

<p>白い野菜のミネストローネ</p> <p>ソテーした野菜やいんげん豆、じゃがいも、にんにくを旨味調味料や香辛料を加えずに調理し、野菜の旨味を最大限に引き出しました。野菜の旨味と食感をお楽しみください。</p>	<p>ミネストローネ</p> <p>イタリアの伝統的なミネストローネをベースに、野菜の旨味を最大限に引き出しました。野菜の旨味と食感をお楽しみください。</p>
---	---



ハレの日も日常も。当事者目線で検証したバリアフリーな飲食店 散歩の達人(株式会社交通新聞社)



『散歩の達人』は、東京を中心とした首都圏の街歩きをテーマにした月刊誌です。そのムック本として、2019年に発行されたのが『バリアフリーなグルメガイド』。本誌では、車椅子利用者向けの情報にとどまらず、アレルギー対応食ややわらか食を提供する都内の飲食店を、カテゴリやシーン別に紹介しています。

制作のきっかけは、視覚障害を持つ方によるテープ起こし会社「ブラインドライターズ」代表の和久井氏と、障害や難病の当事者向けフリーペーパーの編集に携わる赤谷氏の提案でした。両氏は、バリアフリー対応の飲食店情報がインターネット上に掲載されていても、実際に訪れると十分な設備が整っていないケースに何度も遭遇。その経験から、「本当に信頼できる情報をまとめたい」という想いを抱き、『散歩の達人』編集部企画を持ちかけました。

その結果、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催という時期の後押しもあり、発行が決定。両氏の持つ飲食店情報に加え、編集部でも候補店舗をリストアップし、実際に訪問して調査しました。事前情報では「バリアフリー」とされていても、現地で確認すると利用に支障があるケースもありました。その背景には、当事者でない人にとっては些細な段差や設備の不備が、実際には大きな負担となるという「認識のギャップ」があります。そのため、すべての店舗を直接訪れ、実際に食事をして検証することが欠かせなかったといいます。

また、店舗によっては設備面でのバリアフリー基準を満たしていても、スタッフのサポートがあれば利用可能な場合もあります。しかし、本誌ではそうした店舗はあえて掲載せず、設備面で基準を満たしている店舗のみに限定。不確定要素を最小限に抑え、信頼できる情報を伝えるという編集方針を徹底しました。

特に注目すべきは、巻末に掲載された各店舗のトイレの写真です。「バリアフリートイレ」と記載されていても、実際には車椅子が転回できるスペースがなく、利用が難しい場合も少なくありません。しかし、写真があれば利用の可否を判断しやすいという当事者の意見を反映し、本誌ではトイレの可視化にこだわりました。さらに、店内にバリアフリートイレがない場合は、周辺の利用可能なトイレ情報も掲載しています。

また、バリアフリーの観点からは、駅からのアクセスや屋根の有無も重要な要素になります。雨の日濡れずに移動できるかどうか大きなポイントであるため、本誌では駐車場や最寄り駅からのバリアフリールートも紹介するなど、細やかな配慮がなされています。

発行のタイミングがちょうどコロナ禍にあたってしまったため、現時点では続編の制作は未定とのことですが、状況が落ち着いた今、ぜひ続編の制作を期待したいところです。



フラットにつながる一分身ロボットカフェの魅力

(株式会社オリィ研究所)



日本橋にある「分身ロボットカフェ DAWN ver.β」は、難病や障害、介護や子育てなど様々な理由で外出が難しい移動困難者が分身ロボットを遠隔操作してサービス提供を行うカフェです。

メニューにはアレルギー表示が明記されているのはもちろん、ヴィーガン向けや低アレルギー食、嚥下対応ドリンクも用意されています。また、食事支援が必要なお客様向けにミキサーなど器具の貸出も行われています。多機能トイレは、ストレッチャーでも入室可能な広さとなっていて、障害を持つ方が安心して楽しめる環境が整っています。実際に、車椅子を利用されるお客様も多く、特別支援学校の修学旅行生が訪れることもあるといいます。さらに、障害者団体のイベント会場としても広く利用されています。

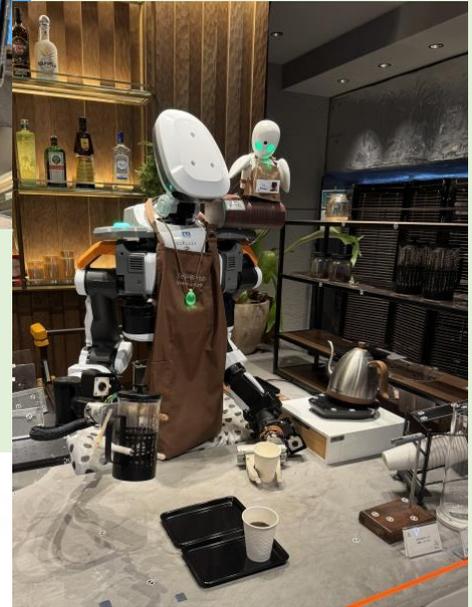
ロボットは主に3タイプがあり、各テーブル上にいるOriHimeが接客を担当。注文した品は移動可能なOriHime-Dが運搬。そして、店内奥ではバリスタであるパイロットが客の好みを聞きながら、ロボットNEXTAGEを操作しておすすめのコーヒーを淹れてくれます。

パイロットは、障害を持つ方だけではなく介護などの事情で家を離れられない方もいるとのこと。募集のたびに多くの応募があり、世の中にはこれほど働きたい方がいるのに、それを活かさないことがもったいないと感じるそうです。就業経験がない方も多く、最初のハードルは高いですが、まずは「働くとはどういうことか」「責任感の大切さ」「チームワークの重要性」などを伝えながら、実践的に学べるようにしています。カフェでの接客以外にも企画書作成や事務作業にも関わることによって成長をサポート。同社は人材紹介事業も行っており、カフェで培ったスキルを活かして一般企業で働けるようにマッチングも行っています。

同社は「障害を持つ方のための素晴らしい会社」と言われることが多いようですが、実はそうではないといいます。私たちも加齢や病などで今と同じように行動できなくなる日が来る可能性は多分にあります。その境目は実は曖昧で、ゆるやかに繋がっています。そうなったときに、自分らしく生きるにはどうしたらいいか。そのロールモデルをパイロットの方たちが体現してくださっているといいます。そういった意味で、同社は障害を持つ方のためだけではなく、みんなのための組織なのです。

活動はカフェにとどまらず様々な分野に広がっています。観光分野では、肩寄せ型の「NIN_NIN」を通じて入院中の方が金沢観光をした例や、コロナ禍で来日できなかった外国人客がOriHime経由で浅草観光を楽しみました。また医療機器等が発する音の影響で演奏会のような静寂な場に参加できない方もOriHimeを通じて鑑賞が実現した事例もありました。逆に、ガイドとして活躍するケースもあり、京都の壬生寺ではパイロットが寺と新撰組の縁起について説明をしながら境内を案内した例や、「日本橋街歩きイベント」でパイロットが案内した事例もあり、現在は日本橋ツアーを開発中とのこと。

OriHimeを中心に、困難を持つ方もそうでない方も、サービスの受け手、担い手としてフラットにつながる社会の実現は遠くない、同カフェを訪れてそう確信が持てました。



【日本橋】「福德神社」
 ● OriHimeパイロットが外国人旅行者に寺社参拝のマナーについてのレクチャー



すべての人に優しい銀座へーマップで広がる街の楽しみ (タイムアウト東京、銀座インフォメーションマネジメント)



タイムアウト東京は、銀座インフォメーションマネジメント(GIM)と提携し、アクセシブルガイドマップ『ALL-ACCESS GINZA Your guide to accessible, barrier-free Ginza』(英語版)を2019年にリリース。さらに、2021年には『銀座 アクセシブルガイド』(日本語版)を発行。マップでは「銀座で楽しめる27のこと」を紹介するとともに、アクセシブルな飲食店やショップ、バリアフリートイレの情報などを掲載しています。

このマップが企画された背景には、GIMの升田氏の実体験がありました。升田氏が足を負傷し、松葉づえを使って銀座の街を歩いた際に不便さを痛感。インフラを整備するのは難しいため、情報だけでも整理をして発信したいと考え、タイムアウト東京の東谷氏に相談を持ちかけました。

また、GIMは銀座の観光案内所「G Info」や公式ウェブサイト「GINZA OFFICIAL」を運営しており、G20サミットや東京オリンピック・パラリンピックに向けて、商店街や百貨店等の関係者とアクセシビリティやダイバーシティについての勉強会を開催するなど、取組を進めていました。こうした背景も、本マップの実現に向けた下地となりました。

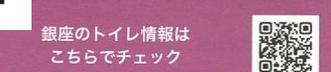
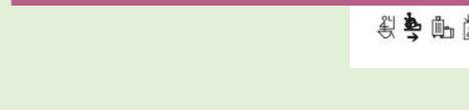
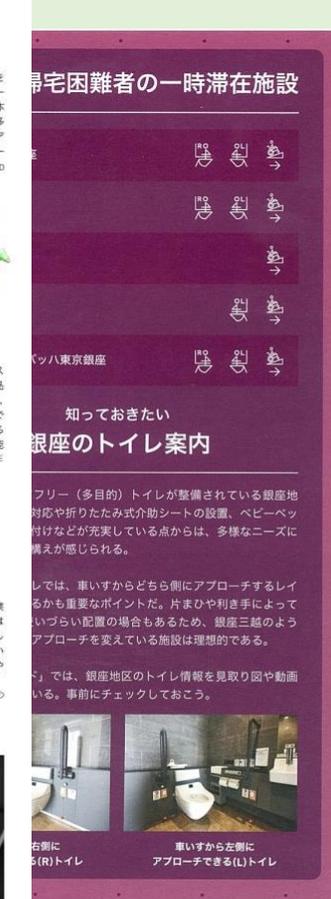
一方でタイムアウト東京は、タイムアウトロンドンが2012年のロンドンオリンピック・パラリンピックの公式トラベルガイドとして採用された際に「すべての人が開催期間中にロンドンの街を楽しめるように」と作られたガイド『OPEN LONDON』を、ぜひ東京にも実装したいと考えていたタイミングで、GIMからの打診があり、両者の思いが合致。こうして、銀座のアクセシブルガイドマップ制作が始まりました。

掲載内容の検討にあたっては、NPO法人アクセシブル・ラボの代表理事・大塚訓平氏が監修を担当。例えば、バリアフリートイレには向きがあり、片側麻痺のある方にとって左右の違いが使いやすさに影響する点など、当事者でなければ気づきにくい視点も反映されました。

銀座には、路地裏に立地する店舗や間口の狭い店舗が多く、ハード面だけを見ればアクセスが難しい場所もあります。しかし、「スタッフが対応すれば問題ない」と賛同する店舗もありました。また、小規模な飲食店の多くは多目的トイレを備えていませんが、近隣の大型小売店が自店舗のトイレ利用を快諾。街全体で補い合ってアクセシビリティが実現しました。

初版制作時はちょうどコロナ禍。テイクアウトを開始した店舗を活用して「店内の利用が難しくても、近くの公園や百貨店内の多目的スペースで食事をする」といった新たな楽しみ方も登場しました。

単独の店舗や施設だけでは解決できない課題も、複数の場所が協力することで実現可能になります。本マップの背景には、GIMを中心とした地元の人々との日頃からのコミュニケーションがありました。銀座という街が一体となり互いに支え合うことで、より多くの人々が楽しめる環境を生み出したのです。



優しさが広がる街へ—バリアフリーを超えた共生の場

(株式会社サンシャインシティ)



サンシャインシティは、障害のある方も特別な配慮がなくても快適に楽しめる場となるように、「スタッフだけでなく一般のお客様も自然と手助けできる施設」を理想の姿としてCX(カスタマーエクスペリエンス)向上活動の取組を進めています。

これまでも施設のハード整備に取り組んできましたが、2019年にCXを考える会議体の中で障害のある方たちに向けて次に何をすべきか検討するため分科会を立ち上げ、まず障害当事者に近い方からお話を伺ったそうです。

分科会立ち上げ当初はハード面の更なる整備を想定していましたが、ヒアリングで「ハード面の整備には限界がある。ソフト面を重視し、情報を発信すべき。障害のある方にとって情報は不可欠であり、施設側が発信しなければ届かない。さらに情報発信自体が障害のある方に対して歓迎のサインになる。」との声を受け、バリアフリーサイト制作に着手しました。車いすユーザー団体の皆様と掲載コンテンツを検討。「視覚的な情報が重要」との声から、レストラン全店の調査結果や各施設内情報に写真を充実させたそうです。また、移動に支障がある方はトイレに行くタイミングを事前に考える方もいらっしゃるとのアドバイスから、施設内すべてのトイレを掲載したマップを制作しました。サイトは高く評価され、東京都より「福祉のまちづくり功労者に対する知事感謝状」が贈呈されました。

現在は視覚障害のある方向けにアクセシビリティ対応の強化を予定しているそうです。

情報発信の次に取り掛かったのは「お客様をどのようにお迎えするか」でした。まずはCXを考える会議参加者を対象にユニバーサルマナー研修を実施、次に豊島区協力の合理的配慮に関する勉強会、続いて障害当事者の方をお招きした合理的配慮を学ぶワークショップを開催。視覚障害編・聴覚障害編・肢体不自由編とスタッフがそれぞれ実施し、アイマスクや耳栓、車いすを使った施設内移動の当事者体験等を行いました(右画像)。テナントの衣料品店や飲食店のスタッフにも同研修を実施。「どのように説明をすれば伝わるか」を学ぶよい機会となったといいます。これらの活動から障害別の特性を学ぶだけでなく、新たな視点や他の障害への関心も生まれ、一人ひとりの状況や特性に応じた対応が必要ということも気づく機会となったそうです。また、施設内を移動する当事者体験の際、車いす体験者が通りやすいようお客様が扉を押さえてくださったり、「お手伝いすることありますか?」とお声がけしてくださったり、と、お客様の優しさを体感するきっかけともなったそうです。

最近では、時代に合わせたハードの強化として、地下1階トイレをリニューアル。「みんなのトイレ」「優先トイレ」に加え、保護者が外から見守れる「こどもトイレ」を設置。ベビーベッドも複数備え、子連れでも安心して利用できる工夫が施されています。様々な立場の人と連携して冒頭に掲げた理想の姿を実現しようと歩み続けるシティの取組に今後も目が離せません。



PLAYWORKS株式会社による研修の様子

誰もが気軽に文化芸術鑑賞を楽しめるための取組 (特定非営利活動法人シアター・アクセシビリティ・ネットワーク)

特定非営利活動法人シアター・アクセシビリティ・ネットワーク(TA-net)は、「みんなで一緒に舞台を楽しもう！」を合言葉に、2012年から活動を続けています。

主な取組として、観劇支援を行う公演の情報を収集し、「アクセシビリティ公演情報サイト」(<https://ta-net.org/event/>)やブログ、SNSを通じて発信しています。

「アクセシビリティ公演情報サイト」では、演劇、ダンス、歌舞伎など多様なジャンルの公演を、提供されるサポートの種類(視覚・聴覚支援、移動支援、託児・子ども向けサポートなど)ごとに検索できます(右画像)。さらに、障害や困りごと別に詳細なサポート内容を検索できる仕組みとなっており、利用者のニーズに沿った情報提供を実現しています。2025年2月時点で、掲載公演数は約1,800件にのぼり、自分の好みに合った公演を見つけられることが期待できます。

また、TA-netは「観劇サポート」の環境整備にも取り組んでいます。「観劇サポート」とは、演劇などの舞台芸術を楽しむ際に生じるさまざまな障壁を軽減し、誰もが鑑賞を楽しめるよう配慮する支援のことを指します。

TA-netは劇場や公演団体向けにアドバイスやサポートを行っているほか、これまでの知見をもとに、電子書籍『観劇サポートガイドブック～視覚・聴覚障害者編～』を制作しました。このガイドブックでは、制作・運営のポイントや劇場設備の工夫、来場者への対応方法などをテーマ別に解説しています。

TA-netの活動を通じて、より多くの方が気軽に文化芸術を楽しめる環境の整備が進むことが期待されます。

出所：
<https://ta-net.org/>



トラベルドクターがつなぐ医療と旅行の架け橋

(トラベルドクター株式会社)



トラベルドクター株式会社は、医師が設立した旅行会社です。医師をはじめとする旅行専門の医療チームがサポートし、重度の病気を抱える方でも安心・安全・快適に旅行できる環境づくりに取り組んでいます。

旅行の計画段階から、専門性の高い医療チームが医師主導でサポート。旅行中も同行し、行程のサポートを行います。また、主治医や現地の医療機関とも連携するため、旅先でも安心して過ごせます。

さらに、旅行会社や航空会社、宿泊施設とも連携・調整を行い、ストレスの少ない旅行を実現。長距離移動にも対応するため、特別な介護タクシー「トラベルドクターカー」を用意しています。ストレッチャーやフルリクライニング車椅子の利用が可能で、長時間座ることが難しい方も快適に移動できます。また、新幹線や飛行機での移動時にはベッドを用意することで、寝たきりの方でも無理なく移動できるようサポートしています。

同社の代表取締役である伊藤医師は、患者の方々から「故郷に帰りたい」「温泉に入りたい」といった願いを多く聞いてきたといいます。その願いを叶えるため、医療と旅行の間にある壁をなくしたいという思いで、同社を立ち上げました。

「旅行に行きたい」という願いを、医療の力で叶える同社の取組は、多くの人に希望を届けています。



出所
<https://travel-doctor.jp/>

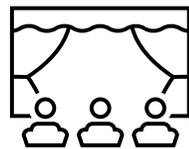
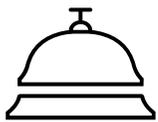
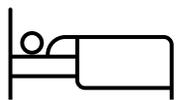
7. 旅行者とのタッチポイントで見る東京および国内の取組事例

事例から学ぶ取組のポイント

- 当事者目線を知る／当事者や専門家の意見・助言を聞く。
 - さまざまな困難やバリアへの想像力を持つ・培う。
 - 同じ障害でさえ、困りごととは一人ひとり異なる。
- 障害の理解者は本人。
マニュアル頼りの一様な対応ではなく、旅行者が必要とする手助けをすることが大切。
- 歓迎の気持ちを目に見える形で表すことが重要。
(p.9 COLUMN 1参照)
- 困難が理由で旅行をためらう人が「旅行してもいいんだ」と背中を押すことにつながる。

今後に向けて

- 本レポートで紹介した事例は多くの取組の中のごく一部。東京を中心に国内で様々な取組が行われており、東京がアクセシブルな観光先進都市となりうるポテンシャルを確信。
 - 【課題】事業者がそれぞれ取組&情報発信を行っており、東京都を中心として旅行者向け／都民向けに様々な情報発信を行っているが、旅行者側にどこまでリーチしているかは疑問。
- 
- すべての方を歓迎するメッセージを示すとともに、東京の総合力を伝えられる情報発信が求められる。



インバウンド対応
で気をつけたい
ポイントとは？

8 インバウンド対応のポイント

2024年11月に発表されたAccessible Japan・JTB総合研究所の「海外在住障害者の日本アクセシブル・ツーリズム認識調査」調査によれば、海外在住の障害を持つ人の多くが、日本のバリアフリーは進んでいない「印象」を持っている傾向にあること等が分かった。まとめでは、こうした課題に対応し、情報提供を充実させることで、障害を持つ人々がより訪れ易くなる可能性があることを指摘。インバウンドのアクセシブル・ツーリズム対応のポイントについて、tabiLabs株式会社代表取締役グリズデイル・バリージョシュア氏に聞いた。



- 日本の取組は進んでいるので、自信をもって欲しい！
- 問題は情報発信 — 「情報がないところには行かない」
- 完璧を求めず、分かっている基本情報だけでも発信を



【ウェブサイト】

- ・旅行者は「Accessible Tourism」や「Accessible Hotel」というワードで検索
- ・バリアフリーやユニバーサルツーリズムではヒットしないことをまず認識する。
- ・日本語ページでアクセシビリティ情報を詳細に発信していても英語に切り替えると消えてしまうことがある。
- ・(日本人の傾向として)100%、完璧な情報を表示したいという気持ちがあるようだ。
- ・基本情報(段差がある、等)だけでも良い。掲載内容は、よく聞かれる質問内容を中心にする。情報さえ出せば、旅行者は判断が出来る。
- ・加えて、必ずコミュニケーションの場作って欲しい。基本情報を載せて、さらなる質問はフォームまで、とする。AccessibleJapanも以前は一方的に情報を発信していたが、それぞれニーズが違ってくるのが分かり、tabifolkというコミュニティスペースを作った。

【SNS】

- ・SNSで溢れる日本のイメージ(満員電車、神社仏閣などの階段、座敷のある飲食店等)で、「日本には行かれない」と思い込んでいる旅行者がいる。
- ・SNSでもアクセシビリティ情報を発信することが大切。



ポイント

- 潜在的な旅行者に「来ることは可能」と伝えること
- 旅行計画をより簡単で楽しいものにするためにサポートする
- 何より大事なものは「ぜひ来て欲しい」という気持ちを伝えること

グリズデイル・バリージョシュア

tabiLabs株式会社代表取締役、観光情報サイト『ACCESSIBLE JAPAN(アクセシブルジャパン)』運営者
カナダ出身。四肢に麻痺があり、4歳から電動車いすで生活をしている。日本人および日本に在住する外国人の中から、市民社会の発展や幸せ・魅力作りに貢献した市民を顕彰する制度「シチズン・オブ・ザ・イヤー」2017年度受賞者。当時、日本語のバリアフリー情報はあっても、英語版はないというケースがよくあり、これでは旅行をあきらめてしまう人も多いという思いから障害をもつ外国人観光客向けに日本のバリアフリー情報を紹介するサイト「ACCESSIBLE JAPAN」を開設した。 [About Accessible Japan - Accessible Japan](#)

“TOURISM FOR ALL”のため 今できることから着実に

- 本研究は、「アクセシブルな観光都市東京を目指すために、何ができるだろうか」という思いを出発点に始まった。研究を進めていくと、アクセシブル・ツーリズムをとりまく環境では、様々な用語が使用され、多様な概念や解釈があることが分かった。また、障害の種類は多様であり、聴覚障害も含め、目に見えない、一見分かりにくい障害を持つ人も多くいることが改めて認識された。
- 2006年の国連による「障害者のための権利条約」以降、観光業界においても国内外で取組が進み、日本では東京2020大会の開催決定も契機となった。2021年に国際基準が作られ、世界的な取組はさらに加速することが予想される。
- マーケットの規模は大きく、諸外国の調査では障害を持つ旅行者は消費額が高い傾向にもある。「アクセシブル・ツーリズム」に取組むことで、旅行者と観光地/観光事業者双方にメリットをもたらし、それが誰もが暮らしやすい社会にも繋がっていく。
- まずは地域や観光事業者が、自分たちと旅行者とのタッチポイントを認識したうえで、当事者目線を取り入れ、研修等の機会を充実させながら、何ができるかを考え、できることから着実に進めることが重要だろう。
- 東京でも「アクセシブル・ツーリズム」推進のため多くの事業が展開されてきたが、今後は、点在している豊富で多様な個別事例を、面で発信していくことをさらに強化することが望まれる。併せて、多様な旅行者が障害によって制限されず、東京を楽しむことが出来ることを伝えるためのプロモーションも必要である。
- そして、何より大切なことは、旅行者に「ぜひ来て欲しい」という気持ちを伝えること。
- 本研究の成果が、観光に携わる多くの皆様の取組の一助になれば、幸いである。

東京都及びTCVBは「アクセシブル・ツーリズム」に関連した様々な取組を実施しています。ぜひご活用ください。

- 旅行者・事業者向けポータルサイト「Accessible Tourism Tokyo」【英語あり】

[東京都アクセシブル・ツーリズム ポータルサイト](#)

- 東京観光バリアフリー情報ガイド【英語あり】
※冊子は都内5か所の観光情報センターでも入手できます。

[東京観光バリアフリー情報ガイド](#)

[東京観光情報センター／東京の観光公式サイトGO TOKYO](#)

- 東京都飲食店バリアフリーガイド【英語あり】

[東京都飲食店バリアフリーガイド | 補助金等の各種支援事業 | 東京都産業労働局](#)

- 外国人旅行者向け観光ガイドサービス
(東京都観光ボランティアによるガイドサービス)※Route14アクセシブルツアー

[外国人旅行者向け観光ガイドサービス／東京の観光公式サイトGO TOKYO](#)

- 国内外から多様な旅行者を迎えるためのおもてなしポケットガイド

[国内外から多様な旅行者を迎えるためのおもてなしポケットガイド | 補助金等の各種支援事業 | 東京都産業労働局](#)

- アクセシブル・ツーリズム推進シンポジウム

[アクセシブル・ツーリズム 推進シンポジウム](#) 公開は2025年3月末まで

- アクセシブル・ツーリズム推進セミナー

[アクセシブル・ツーリズム推進セミナー | アクセシブル・ツーリズム推進事業 | 東京都産業労働局](#)

- だれでも東京【多言語対応】 [だれでも東京](#) | [だれでも東京](#)

【補助金等】※令和6年度実施を基準に記載しています

- 誰もが楽しめる自然体験型観光推進事業補助金

[誰もが楽しめる自然体験型観光推進事業補助金 | 補助金等の各種支援事業 | 東京都産業労働局](#)

- 乗降用リフト装置付バス利用支援補助金

[乗降用リフト装置付バス利用支援補助金 | 補助金等の各種支援事業 | 東京都産業労働局](#)

- ドローンを活用したアクセシブル・ツーリズムの推進事業

[ドローンを活用したアクセシブル・ツーリズムの推進事業 | 補助金等の各種支援事業 | 東京都産業労働局](#)

- 観光バスバリアフリー化支援補助金

[観光バスバリアフリー化支援補助金 | 補助金等の各種支援事業 | 東京都産業労働局](#)

- 宿泊施設のバリアフリー化支援事業

[宿泊施設のバリアフリー化支援事業 | 補助金等の各種支援事業 | 東京都産業労働局](#)

- インバウンド強化補助金※アクセシブル・ツーリズムに係る人材育成(研修会の開催、外部セミナーの受講、接遇マニュアルの作成等)にも活用いただけます。

[インバウンド対応力強化支援補助金／TCVB 公益財団法人 東京観光財団](#)