

バリアフリー旅行センターの社会貢献の取り組み

——すべての人には、旅行する権利がある——

新行内 久生

要約

障害を持つ顧客の要望・希望をかなえることが社会のインフラ整備につながり、私たちバリアフリー旅行センターの夢の実現への一歩を進めることにつながる。顧客の自己実現の場を提供することがバリアフリー旅行を成功させる秘訣になり、旅を最高のリハビリ機会として提供できる。

一〇〇〇名の顧客には一〇〇〇通りのニーズがあり、一つひとつのバリアに対して一つひとつクリアしていくこと、顧客の「〜したい!」を「〜できる!」にすることが、我々の使命である。

一 はじめに

1 日本旅行業協会 (JATA)

旅行会社の集まりとして、日本旅行業協会がある。そ

のなかでのバリアフリー旅行、障害者の旅行への取り組みについて簡単に紹介したい。

サブタイトルの「すべての人には、旅行する権利がある」は、一九九五年六月に出された旧運輸省観光政策審議会の答申の言葉である。続けて「とりわけ障害を持つ方、高齢の方にとっては、その権利は重要である」とあ

る。この観光政策審議会の答申が出て、社会貢献委員会が日本旅行業協会に設立された意義づけがなされた。その当時は障害者旅行部会で、今はバリアフリー旅行部会と名称変更したが、障害者にどのように旅行を提供できるのかを討議する場をつくったのである。

まず、業界向けにガイドラインをつくりながら、冊子「ハートフルツアーハンドブック」を一九九九年二月に製作完了した。答申から四年経ってやっと、一冊の業界向けのマニュアルができ、日本旅行業協会会員の旅行会社約一三〇〇社全てに配布された。

冊子は、障害者の旅行に対するノウハウを中身にしたはずだが、障害者旅行に取り組んでいる旅行会社は、まだまだ少ないといわざるを得ない。現在、約三〇社ぐらいいしかないのではないかと思う。

2 近畿日本ツーリスト(株)の社会貢献

近畿日本ツーリスト(株)では、一九九三年に企業文化企画部という部署を立ち上げた。地球環境や世界遺産を守るセクションや、障害者旅行を研究して企業としての社会貢献活動を推進していく部であったが、残念ながら、バブル崩壊とともに泡と消えてしまった。

旅行業界は大変利幅の低い産業で、バブル当時、近畿

日本ツーリスト(株)は約七五〇〇億円の販売高があったが、利益は二五〇二六億円ぐらいしかなかった。バブル崩壊と同時に約一三〇億円の巨額の赤字を抱えてしまい、利益も出せなくなり、企業文化企画部の維持ができなくなってしまったのである。

3 クラブツーリズム バリアフリー旅行センターの誕生

一方、近畿日本ツーリスト(株)のなかでクラブツーリズム事業本部が、高齢者マーケットを中心に、「旅の友」という旅の旅行雑誌を媒介としたダイレクトマーケティングの新手法を駆使し、高齢者会員の組織化を着実に拡大していった。特に六五歳以上の高齢者対象の旅行の取り扱いが、爆発的に増えてきた。

「旅の友」は、今や「七六〇万人の信頼」と銘打って、旅行募集の新聞広告を打っている。三八〇万世帯、七六〇万人という会員組織に成長した部門で、約一三〇〇億円の年間売上高を誇る。二〇〇三年一月〜二月(当社の会計年度は一〜二月)の近畿日本ツーリスト(株)全体の利益は六億程度であるが、クラブツーリズム自体は約二五億円の利益を出している。

そのようななかで、顧客の要望により、バリアフリー

旅行センター（当初の名称は福祉課）が一九九五年一二月に立ち上がった。

二 バリアフリー旅行センターの理念

1 社会的背景

高齢者マーケットに専門特化した部門がそこまで売上げ高を上げ、高齢者の参加者が全体の半数以上にまで膨れ上がっている。高齢者は、なんらかの身体的問題を抱えている。例えば「目が見えにくい」「足腰が弱って、通常の旅行にはついて行けない」などである。高齢男性は、脳血管障害（脳溢血や脳梗塞）で半身不随になることも多く、半身不随になった男性は妻と一緒に旅行に行きたいが、自分の車椅子を妻に押ししてもらって旅行に参加するのが心苦しく、妻のことを思うと行きたくても行けない。また、高齢女性はリウマチを患って関節痛にとっても苦しむことも多い。そうすると、夫に迷惑をかけてまで旅行に参加しづらい、という実情がある。

新聞紙上を賑わす旅行の募集広告は、盛りだくさんの内容での値段設定である。例えば、都内からの北海道旅行「二万九八〇〇円、カニ食べ放題、朝から晩まで観光

して、二泊三日で飛行機もホテルもついている」といった募集広告である。多くの申込みにより、二〇〇三年までにクラブツーリズムとして、一〇〇万人を北海道に送客した。旅行会社の現状では、どうしてもそういう旅行が一般受けし、メイン商品となっているが、高齢者や障害者（児）のニーズとは大きなズレがある。

2 顧客の「〜したい!」を「〜できる!」へ

バリアフリー旅行センターの顧客のニーズは、「通常の旅行にはついて行けない。朝早くから、夜遅くまでどうしてこんなに見学、見学、また見学なの。のんびり温泉につかればいい。ただし私は車椅子です。杖をついています」というものである。関節痛に悩んでいる、右半身不随で、言葉もうまくしゃべれない、そういう人々も当然、旅行に行きたいと思っている。体が不自由であればこそ、昔のように旅を楽しみたいという欲求の強い人も多い。その要望を、ぜひ実現させたい。

現在、バリアフリー旅行センターのメンバーは一名である。顧客と一緒に旅行すると、通常の旅行では味わえない、熱い感動を共有することができる。

今にして思うと、それは麻薬のようなものかもしれない。私は二五年前、この会社の選んだ理由を採用担当者

に尋ねられたときに、「お客様に夢を売りたい」と答えた。顧客の「旅行がしたい。温泉につかりたい。おいしいものが食べたい」、そういった「～したい」に対して、「分りました。私たちがそれを実現させます」「その通りに手配させていただきます」、つまり「～したい」を「～できる」という自信に変えることができれば、我々の夢の実現に、一歩か二歩近づくことができる。それが、バリアフリー旅行センターの理念である。

しかし、企業においては、収益をあげる部署が花形である。「社会貢献の部署」と言えば聞こえはいいが、実状は、予算的に真っ赤な赤字セクションである。

3 クラブツーリズムと顧客

まずクラブツーリズムの名称の由来を紹介したい。クラブツーリズムの夢は、二〇一〇年に、組織のなかに一〇〇〇のクラブをつくり、一〇〇〇万世帯を会員として持つことである。クラブ活動は、旅行会社が会員を組織化するのではなく、顧客ニーズから盛り上がって生まれる活動である。

会員は旅行の英語会話など実践的なものだけでなく、絵や俳句、押し花などの色々な趣味を持っているので、我々旅行会社の社員が事務局となって、そういった趣味

からクラブ・サークル組織をつくり、グルメや写真、ピデオなどを旅行のなかで楽しんでもらう。参加者のなかで同じ趣味を持っている人々が、だんだん組織化されてクラブ活動に結びついていくのである。我々の拠点である東京新宿にあるビルには、クラブ参加者の成果を発表する会場がある。写真クラブは、月一回程度で写真展をしている。俳句の会やスケッチの会においては、会場を借りて、半年に一度開催する「クラブツーリズム祭り」(二〇〇四年二月開催時には一万名の来場があった)で、発表する機会を提供している。クラブツーリズムを通じた顧客の自己実現が最終的に旅行参加に結びつき、我々にとっても得がたい結果になればいいと思う。「いきいきとした高齢者文化の創造」という理念のもと、クラブツーリズムという名称を冠する形になっている。

三 具体的な取り組み事例

1 クラブ活動として

(1) ～みんなでGO!

バリアフリー旅行センターにある色々なクラブ活動の紹介をしたい。「みんなGO!」は、昔流行った「赤

信号みんな渡れば怖くない」というフレーズと同じノリである。車椅子の人、杖をついた人、半身麻痺の人、皆で行けば地球上で行けない所はない、というチェレンジングなクラブである。

二〇〇三年は南アフリカや南部アメリカに行った。ペルーの標高二九〇〇メートル、アンデスの山中にマチュピチュという古代都市があるが、そこに車椅子で行ってしまう。空気が薄くなるので高山病の心配があり、心臓ペースメーカー装着者だけはお断りした。車椅子で行けない場所では、オンブヤダッコをしてクリアした。「世界中で俺たちに行けない所はない」という気力と、マンパワーでクリアした。

皮切りになったのは、インドやネパールである。さすがにヒマラヤ、エベレスト登山はしないが、ネパールの首都のカトマンズまでは行く。標高四〇〇〇メートルという高所であるが、そこまで行った実績がある。

エジプトでは失敗もした。全員元気に帰ってきたが、道中は大変だった。お腹を壊してしまった。時差の問題もあるし、突如砂漠の気候に入ると、皮膚からどんどん水分が奪われてしまうので、水が欲しくなる。現地の水を飲んだのだが、ミネラルウォーターだったはずなのに、なぜか皆お腹を壊した。なかには二日入院した人もいる。

大変なツアーだったが、それでチャレンジをやめてしまったかというところ、次はエジプトのさらに奥地、アフリカのオカバンゴ国立公園、ケニアのサバンナへサファリにぜひ行きたいと言う。

そういう人々が集まっているクラブなので、事前の調査は徹底的にしなければならぬ。そのため、こういうチャレンジングな旅行の企画は、年二回ぐらいが限度である。半年かけて、我々が気のつくあらゆる観点から現地の事情などを調査する。アフリカや南アメリカのアマゾンなど支店がない地域の場合には、その地域を専門で扱っている旅行会社に出かけていって、現地情報を収集し、教えてもらって、「できる」という自信ができないとツアーは行わない。そういう形で実施している。

(2) トラベルサポータークラブ

トラベルサポータークラブは、旅行参加者を支える組織である。「家族と一緒に行かないと私は身の回りのことができない」という人がいる。ところが、我々が主催旅行として提供する旅行は日程が決まっているので、忙しくて同行できない家族が当然いる。「一人でも参加させてください」「一人でも参加できませんか」という顧客からの問いかけに対して、「どうしたらいいのだろう」と探っていくなかで、首都圏を中心にしたバリアフリー

会員六〇〇名弱以外の七六〇万人の会員に「障害を持った方々と一緒に旅行を楽しんでいただける方々、いらっしやいませんか」と問いかけたのである。幸いにして、約二〇〇名が一気に集まった。「個人としての社会貢献をやってみたい、そういう気持ちになりました」という人が大半だった。自分が役に立っていると実感するため

に経験したい、そういう人々が二〇〇名もいたのである。トラベルサポーターに、特に資格は求めていない。そういうマイノリティを持っている人なら、誰でも応募できる。腕の力が弱まっていて自分で車椅子をこいで移動はほとんど不可能な高齢者には、観光地で車椅子を押したり、荷物を持ったり、半身麻痺の人には、食事を細かく切ったり、口に運んだり、お買い物を手伝ったり、そういうった身の回りの介助をして、旅行と一緒に参加する。

そのかわりに一〇万円の旅行だったら、介助度合いによつて、半額の五万ぐらいから、入浴介助・トイレ介助もすれば二万円ほどで参加できる。決してタダではない。やはり、障害者と一緒に旅行を楽しんでの自己実現という意味合いで、お金を払ってサポートをする、そういうったマイノリティを持つ人々のクラブである。

最近は一ヶ月一度ぐらいで定期的に勉強会を開いている。初級講座は車椅子の押し方から始まって、障害者にも来

て頂いて、介助の仕方、こう介助されれば心地がいいと、段階を踏んだ勉強会を随時開催している。実際に、スキル・熟練度が高い方が、トラベルサポーターとして出かける機会には恵まれる。登録してもサポーターとして旅行に行く機会がないこともある。このサポータークラブに入るのには、年会費千円を登録料として払う。年会費を払って研修を受け、旅行代金の半額を払って、サポーターとして旅行に行き、障害者と一緒に旅行を楽しみながら、自己実現を図ってもらうのである。

(3) 「ブライユの家」

「ブライユの家」とは、点字の発明者、ルイ・ブライユの名前にちなんで名づけた視覚障害者のクラブ組織である。ほとんどは海外旅行であるが、色々な旅行を実現してきた。

日本で点字が読めるのは、視覚障害者の約一三%といわれている。点字は中途失明者にはかなり難しい。先天的に視覚障害があり、盲学校に通わないと点字を読むことは難しい。視覚障害者の旅行への参加に何が必要かという点、手引きする人である。手を引いて一緒に旅行に行ってくれる人がいれば、階段があるうと坂道であろうと、どこでも行ける。段差などいわゆるバリアは気にしないで、旅行が企画できる。

五感のうち、視覚は、全ての情報の約八割の情報を得るといわれる感覚で、それを補うために視覚障害者は、聴覚や触覚・味覚などが研ぎ澄まされている。手引きの人の養成には、見える風景の描写や、食事の際の食べ物 の位置、液体か固体かの別や、「向かって何時何分の位置にある」といった）時計に見立ててのガイド術など、先述のトラベルサポートクラブのなかで、テクニク の勉強会を実施している。

(4) 「バリアフリーお遍路倶楽部」

「バリアフリーお遍路倶楽部」は視覚障害者との四国八八カ所霊場巡りであるが、八八カ所は山の上だったり、断崖の上にあつたり、階段が何段もあつたりと、旅行として巡礼をするにもアクセスがかなり厳しい所が多い。まずは、段差の気にならない視覚障害者対象に実施するというこゝで始まったクラブである。盲導犬を連れ一人の参加者が満願成就して、二〇〇二年にお礼参りに高野山にも参詣したが、犬としては高野山建立以来初めて昇殿を許されたということと話題を呼び、高野山の歴史に新たな一頁が加えられた。

これら以外にも、実際に色々なクラブをクラブツーリズムで実施しているが、主催旅行にもっと参加してもら

うために、半分近くのクラブは、会員に対して「私どもの主導でこういうクラブを立ち上げることになりましたので、ご参加いただけませんか」という投げかけをしてつくられたクラブという側面がある。

2 オーダーメイドの旅行

(1) 人工透析ツアー

つぎに、主催旅行と手配旅行、レディメイド旅行とオーダーメイド旅行の違いを説明すると、主催旅行はレディメイドの旅行である。旅行会社が全て企画し、旅行代金はいくらで、何月何日出発でこういった内容です、とパンフレットに表示して募集する。手配旅行は顧客が主体で、「こういった旅行に行きたいのだけでも手配できるか?」——ここから全てが始まる。それが大きな違いである。主催旅行の場合、私たちがあらかじめ調査する時間がある。バリアフリーなホテル、リフト付きバスなどを設定・手配できる所への旅行しか企画していない。手配旅行の場合は、顧客の要望をかなえるべく、苦勞しながら色々な手配をしていく。手配旅行はオーダーメイドの旅行と言える。

そんななかで最近増えたのは、海外旅行へ行きたいという人工透析患者のツアーである。糖尿病からの腎臓障

害で人工透析を受ける人が近年非常に増えている、人工透析患者が日本国内に約二二十万人いる。この人数が毎年約一万人増えていると聞く。多い人は毎日、ほとんどの人は週に三回、一日四〜五時間の透析を受けないと生活に支障をきたす。

そういった人々なので、透析を受けている病院の近くを離れて遠出ができない。まして海外旅行など行けるはずがないのが常識だった。しかし、最近は透析を受けていても海外旅行に行きたい、というニーズが確実に高まってきた。

海外での透析病院の手配も実施している。旅行会社を間に入れることで、顧客は、旅行先の国に支店がある安心感と病院の確実な予約を保障され、海外の病院での人工透析を受けていただける。

(2) リウマチ患者の場合

リウマチ患者の旅行の手配で、失敗をした。歩いて杖もついてないし、車椅子も利用していないが、手の関節に障害があるケースだった。車椅子ではないので、あまり配慮をしないで手配してしまった。アメリカのツアーだったのだが、顧客から「ステークが大きくて食べられなかった」というクレームをいただいた。当然だった。手の関節が痛くて、ステークを切れない。事前に食べや

すい大きさにカットしてもらうことが必要だった。さらに、「ロブスターが出たけど殻がとれなくて食べられなかった」。

その時、「歩けないことよりも、手が使えないことの方がどんなに苦しいか。買い物一つでも、財布を取り出すことさえできない。手伝っていただく人がいないと、何をかうこともできない。食事もできない。その苦しさが分かりますか」と言われ、本当に大反省した。

バリアフリー旅行は、本当に一人ひとりの顧客が最高の教師であり、障害は千差万別、一〇〇〇人の顧客がいれば、一〇〇〇通りの手配と配慮が必要なのである。

(3) 夫が半身麻痺の夫婦の場合

脳血管障害で夫が右半身麻痺を抱える夫婦のツアーでは、現地サポーターを事前に用意して、間違いのない手配をすることで事足り、特に難しいことはなかった。ただ、マンパワーに頼るときは、そのサポート役になる現地スタッフの資質や人格が重要な部分で、ただ単にお金を稼ぐ仕事としてではなく、障害者を真摯に介助するスタンスを持ち合わせているかどうか、ポイントとなる。旅行後に顧客に電話を入れて、どうだったかを確認し、チェックしていくことが大切である。

3 団体旅行

(1) 全国心臓病の子どもを守る会全国交流会

オーダーメイド旅行部門のなかに団体旅行がある。主立ったところを紹介すると、心臓病の子どもを守る会の全国交流会でも大失敗をした。

これも食事の問題だった。納豆菌と普段飲んでる薬の作用がバッティングしてしまう心臓病患者に、納豆は禁物である。テレビCMでも納豆は健康食品だとアピールしているのに、正直なところノーチェックだった。心臓病患者は納豆に対してはものすごく敏感で、納豆がそのまま出されれば、よけることができたが、隠し味として納豆のかたちをなくして供された料理があった。匂いで納豆が入っているのではないかという指摘があつて、ホテル側に問い合わせたところ、納豆を味つけに使っているということ、急遽、その料理は食べるのをやめた。これもその時まで知らなかったが、冷や汗ものの苦い経験だった。

(2) 食物アレルギーの子を持つ親の会連合会

これは親の会であるが、実際にアレルギーを持つている子どもも日本全国から参加した。ホテルと食事に関して徹底的に打ち合わせをした。

最終的に、食事提供に関しては、まず料理を作るフライパンや鍋・釜が専用、厨房も別、盛りつける食器、ナイフ、フォーク、スプーンも全て専用のものという条件だった。厨房が共用だと、隣の料理から油がポツンとはねる可能性もある。その危険性も排除してほしいと言われた。したがって、厨房が二つ以上あるホテルでないとならなければならなかった。

味つけも大変だった。砂糖も醤油もアレルギーになるため、ほとんど塩(天然塩)だけの味つけだった。大豆アレルギーは日本人にとっては大変で、味噌、醤油、豆腐という日本食の王道とも言うべき調味料がだめで苦労した。アレルギーのなかで、肉・牛乳・卵はすぐ分かるが、大豆・小麦粉を加えて五大アレルギーだそうである。それを全て除いたものを五大アレルギー除去食という。それを守つての献立は、料理長も大変だったと思う。メニューが完成するまで二カ月かかった。

ホテル代金を団体旅行代金の扱いにするとつてから、この食物の問題が出てきたので、ホテル側から「この料金では、できない。倍もらつても採算があわない」と言われながら、「うちもお客さんからこれだけしかもらっていません。なんとかお願いします」と拝み倒して、なんとか無事に終了したが、本当にホテルには迷惑をか

けてしまった。

(3) 日本筋ジストロフィー協会京葉大会

日本全国から東京のホテルに約三〇〇名の筋ジストロフィー関係者が集まった。電動車椅子五〇台、手動車椅子二〇台、合わせて七〇台の車椅子軍団がホテルのフロントに溢れかえった。この時の一番の問題はトイレであった。車椅子トイレが一カ所あるが、七〇人がその前に並ぶのは不可能である。通常のトイレにカーテンで仕切りを作ってもらって、ポータブルトイレを男女別々に一つずつ設置し、合計三カ所としたが、とても間に合わなかった。私も夜一二時から朝四時までずっとトイレのためにホテルに詰めた。

筋肉の病気で自分の意志で出すことができないため、薬で出すのだが、一人あたり一〇分ほどかかるので、七〇人となると七〇〇分になる。だから患者同士で「何時から何時までの間で出す予定にする」とローテーションを組み、夜中じゅうトイレの順番待ちである。トイレがこんなに大変かと思ったが、そういう状況はその場になつてみないと分からなかった。

(4) 精神障害者団体の旅行

精神障害者団体の旅行では、精神障害者は比較的暗示にかかりやすいということを一緒に旅行するまで知らな

かった。

四国の旅行だったが、一日目は徳島空港から入って、鳴門の渦潮を見て、その日のうちに高知までバスで走るというかなりハードな旅行日程で、二日目は、高知から四万十川で遊覧船を楽しみ、泊まりは道後温泉だった。一日目は飛行機の問題で、徳島空港に降り立ったのが一四時。一五時発の観潮船に乗って渦潮見学、その後バスで高知のホテル到着が一九時になってしまった。一六時から一九時まで三時間はバスの車中だったが、一八時には日が落ちて暗くなり、その日の予定を言う前に「今日は遅くなって申し訳ございません。ホテル到着は一九時で、それからすぐのお食事で、その後にご入浴と予定を変更させていただき……」皆さんお疲れのところ遅くなりまして、申し訳ございません」といつもの感覚で言ってしまった。すると、その日の宴会の席で施設の所長から「遅くなった、疲れてしまったということは二度とアウンズしないでください。そう言われるとそうじゃなくても皆そう思ってしまう。疲れた、疲れた、大変だったという印象しか残らなくなってしまふ」と言われたのである。

次の日はなんと一〇時間もバスで移動するが、「今日はもう天気がよくて、素晴らしい風景ですね」としか言

わなかった。そうすると、二日目の方が三倍近い長時間バスに乗っているのだが、参加者の一人から「昨日は、夜遅くて大変だった。大変だったけど、今日はいいね。今日はもう快適だね」と言われた。添乗員の一言が参加者の精神状態に与える大きさを実感した。参加者の状態さえ把握すれば、本当にいい旅行ができるのだと思った。

(5) 盲導犬同行での全盲者の旅行

二〇〇四年三月、盲導犬ユーザーの会の団体旅行を担当する機会があり、旅館を探した。

希望は伊豆地区だったので、伊豆で盲導犬受け入れ可能と公表している全ての旅館に電話した。「盲導犬ユーザーの会なので、盲導犬が少なくとも二〇頭、多い場合は三〇頭になります。受け入れていただけののでしょうか」と問い合わせると、みごとに全ての旅館から断られた。「他のお客様のなかには、犬が嫌いな方もいらっしゃる」が理由だった。幸いにして越後湯沢にあるホテルの受け入れにより、この三月に実施することができた。

盲導犬受け入れ可能と公示している旅館でさえ、「一頭二頭だったら受け入れれます。ただし二〇頭、三〇頭の盲導犬が来られたら困る」という認識で、心のバリアが存在しているのは残念であった。

四 顧客とともにあゆむバリアフリー旅行

このように顧客の声を反映させて旅行を企画・実施している。我々の会社がバスやホテルを持っているわけではないので、顧客と受け入れホテル、バス会社、航空会社、鉄道各社等々、さまざまな機関との間に立って、顧客の声を反映させながら、「こういう形（障害者団体ごとに全て違う）で受け入れられますか？ こういう形（アレンジするにとどまらず、なかには車椅子対応のトイレも用意しながら）でなんとかお願いします」という調整役をしながらの手配をしている。

顧客の声を反映させようと思えば、インフラの整備（バリアフリー対応）の問題に繋がっていかざるを得ない。バリアフリー旅行センターの使命はその辺にあると思う。実際、「ツーリストさん、段差解消のために資金提供してくれるの？」「トイレ直すのはいいけど、先立つものがない」といった声をよく聞く。それも事実であるが、我々が資金提供できるわけもなく、それは行政の課題なので、と考える。そういったニーズが世の中にとどんどん増えているし、ニーズに対応した施設の整え方、配慮が次の取り組みに繋がっていくと考える。

五 今後の取り組み

1 バリアフリーからユニバーサルデザインへ

ユニバーサルデザインとは誰もが使いやすいという意味であり、本当に誰もが使いやすいければ、障害者、高齢者、子ども、健常者も使いやすい。全ての人が使いやすい、そういうデザインへインフラを変えていく一つの事例であり、バリアフリー旅行を実施してゆくことは、一歩を進めることにつながっているのかなと思っっている。

2 旅は最高のリハビリ 介護旅行の課題

そういうインフラが実体化して現実のものになれば、旅は最高のリハビリとなる。これからは、介護付き旅行も視野に入れることが必要である。介護付き旅行とバリアフリー旅行の違いをよく尋ねられるが、介護付き旅行は介護の専門家（看護師やホームヘルパー二級以上の資格者）と一緒に行く旅行なので、参加者は安心して出かけることができる。バリアフリー旅行は、バリアフリーな施設・場所への旅行を企画設定し、参加者を募集して案内する。バリアフリーではない場所でも、参加者が行き

たい所へ介護者付きで行けるのが、介護旅行だと思う。

介護旅行の課題は料金である。何が一番高いかというと人件費であるし、参加者に対してヘルパー一人を派遣すると、たちまち旅行代金が倍以上になる。旅行代金が単純に倍だとしても、介助者が資格を持つ人であれば日も必要になり、コストが倍以上となってしまう。

これが一番の課題であり、ほかにもまだまだ問題が山積している。その問題を一つひとつクリアして、バリアを取り除いていく。そういった使命を仕事のなかで実現していけるバリアフリー旅行センターで私は働いている。働ける喜びを感じながら、行く手には色々な障害があり、お叱りを受けながらも、顧客の声を真摯に受け止めて、もっと安価な旅行代金で全ての方が旅行できることを目指したい。

追記 本稿は、二〇〇四年二月六日、高松で開かれた第一八回人権啓発研究会での報告のテープおこしをもとに、まとめたものである。