

# バリアフリー観光の推進で高齢者の旅行需要を取り込め

主事研究員 佐藤 達也

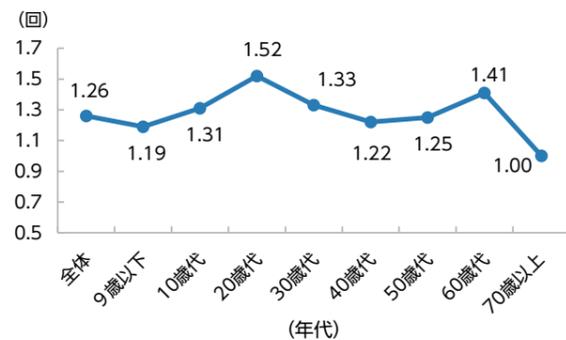
## はじめに

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催を控え、全国の観光地で訪日外国人を増やすための取り組みが活発である。

一方で、わが国では人口減少や少子高齢化が進展しており、一人当たりの旅行回数や消費単価が現状のトレンドを維持すると仮定すると、観光やレジャーを目的とした国内宿泊旅行の市場規模は確実に縮小していきと見込まれている。こうした国内宿泊旅行の減少をインバウンドで穴埋めできるかといえれば決してそうではなく、インバウンドと並行して国内宿泊旅行を促進する必要がある。

さて、人口減少下で国内宿泊旅行市場を拡大する（あるいは維持する）ための方策の一つとして考えられるのが、一人当たりの旅行回数を増やすことである。図表1は日本人一人当たり平均の年間宿泊旅行回数を世代別に表したものである。

図表1 一人当たり年間平均国内宿泊旅行回数



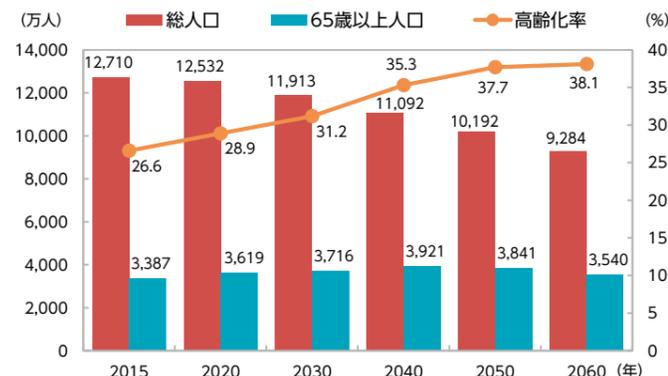
資料：総務省「国勢調査」、観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに作成。

日本人の年間平均国内宿泊旅行回数は「1.26回」であるが、世代別でみると違いがある。

最も多いのは20歳代が「1.52回」、次いで60歳代が「1.41回」で続くが、70歳以上では「1.00回」と最も少ない。70歳以上の高齢者のなかには、加齢による身体的な衰えや健康状態への不安から、旅行に行きたいという意欲があっても諦めてしまう層があり、年間の旅行回数が急減する傾向がみられる。この70歳以上の旅行回数を増やし、60歳代の旅行回数を維持することができれば、国内宿泊旅行の延べ人数が大きく増加し、市場規模の拡大が期待できるはずである。

さらに、わが国では総人口が減少する一方、高齢化率（総人口に占める65歳以上の割合）は上昇を続け、2060年には38.1%に達すると見込まれている（図表2）。高齢者世代の増加と旅行回数増加の相乗効果によって、国内宿泊旅行市場を拡大する余地は十分ある。

図表2 将来人口の推移



資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」をもとに作成。

## ■歩行への不安が高齢者の旅行回数を減少させる要因

次に、なぜ70歳以上になると旅行回数が減少するのかを考えてみたい。主な理由としては、加齢によって体力が衰え、健康状態が悪化して、旅行に行けなくなってしまったためだと推測される。

日本人の「平均寿命」は過去最高を更新し続けており、2016年には女性が87.14歳、男性が80.98歳に達している（厚生労働省データによる）。

その一方、日常生活で制限なく自立した生活ができる生存期間である「健康寿命」は、女性が74.79歳、男性が72.14歳である（同じく厚生労働省データ）。70歳を超えて健康寿命に達すると、身体的な衰えが顕在化し、旅行などさまざまなところで日常生活に制限が出てくることになる。

日本観光振興協会の調査結果（「平成26年度版観光の実態と志向」）においても、国内宿泊旅行を行なわなかった理由として、69歳以下では、「経済的余裕がない」や「時間的余裕がない」と回答した割合が高いのに対し、70歳以上では「健康上の理由」と回答した割合が最も高く、他の世代とは対照的な結果となっている。

加齢による身体的な衰えは、具体的には、「腰痛」、「手足の関節が痛む」、「手足の動きが悪い」、「手足のしびれ」、「足のむくみやだるさ」等、足腰の不安に関するものであり、旅行時に自分で歩いて移動できるか、という不安が大きな障害になっていることがわかる。

以上から、図表1で示された70歳以上で宿泊旅行回数が急減する主な原因は、健康や身体の衰え、とりわけ歩行に関するものであることが示された。これは、見方を変えれば、車いす利用者や足腰が不安な人であっても安心して旅行できる環境を整備することができれば、70歳以上になっても60代の旅行回数を維持できる可能性があるということである。

## ■高齢者の旅行回数が増加した場合の潜在的な市場規模

それでは、70歳以上の高齢者の旅行回数が60歳代と同じになると仮定した場合、潜在的な市場規模はどの程度あると見込まれるだろうか。

観光庁（2014）では、65歳から89歳までの高齢者を対象とした国内宿泊旅行の市場規模について、現状の国内宿泊旅行人数は約4,294万人と推計している（図表3の（1）現状維持のシナリオ）。その上で、旅行を妨げている要因が取り除かれ、旅行に積極的な高齢者が希望するだけ旅行できる環境が整備された場合（図表3の（2）最善のシナリオ）の双方について試算を行なっている。

現状の延べ国内宿泊旅行人数は約4,294万人から約5,404万人へと増加し、これに平均旅行単価を掛けた場合の市場規模は約2兆8,600億円になると試算している（図表3、詳しくは観光庁（2014））。現在でもすでに約5,800億円の潜在的な市場拡大効果があると試算されており、今後は対象となる高齢者の増加に伴って、市場規模はさらに拡大していくとみられている。

図表3 国内宿泊旅行の市場規模（観光庁による試算）

(1) ※現状維持のシナリオ 現状の延べ国内宿泊旅行人数 (約4,294万人)	×	平均旅行単価 (約53,000円)	=	約2兆2,800億円
(2) ※最善のシナリオ 旅行意向のある高齢者の 希望が達成した場合の延 べ国内宿泊旅行人数 (約5,404万人)				約2兆8,600億円

資料：国内宿泊旅行人数は、観光庁「平成26年度ユニバーサルツーリズム促進事業報告書」。平均旅行単価は、観光庁「平成27年度観光白書」の53,647円を利用。

なお、観光庁の試算では高齢者の旅行人数のみを対象としているが、高齢者の旅行人数が引き上げられれば、家族など同伴者の旅行も誘発されるものと考えられる。現実にはより大きな国内宿泊市場の拡大が見込めるであろう。

## ■現状の受け入れ環境は どうなっているか

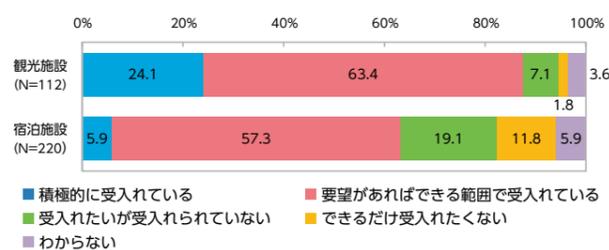
それでは、車いす利用者や足腰が不安な高齢者が旅行できる環境を整備するためにどのような取り組みが行われているだろうか。

宿泊旅行で対象者が利用するホテルや旅館等、宿泊施設における受け入れの現状をみると、受け入れに積極的な施設は少なく、多くは受け身の対応にとどまっている。

山形県では、平成29年度に県内の観光・宿泊施設を対象にバリアフリー状況等の実態をたずねるアンケート調査を実施した。

「車いす利用者の受け入れ状況」についてたずねたところ、「積極的に受け入れている」と回答した施設は、観光施設が24.1%であったのに対して、宿泊施設では5.9%と低く、「受け入れたいが受け入れられていない」と回答した施設も、観光施設が7.1%にとどまったのに対して、宿泊施設では19.1%にのぼった（図表4）。

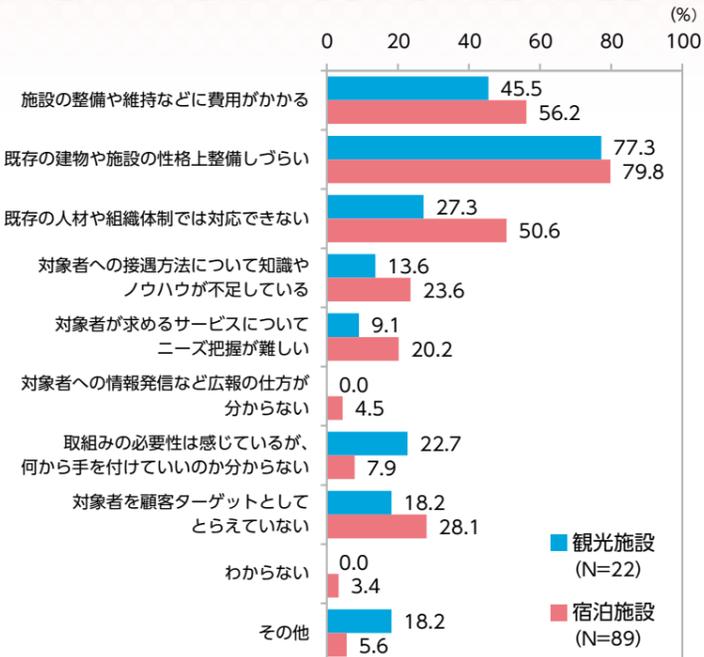
図表4 車いす利用者の受け入れ状況



資料：山形県観光文化スポーツ部「旅館等バリアフリー化状況調査」(2017年)

次に、対象者の受け入れ強化に消極的な施設を対象に「その理由」を聞いたところ、宿泊施設では、「既存の建物や施設の性格上整備しづらい」が79.8%、次いで「施設の整備や維持などに費用がかかる」が56.2%と、「施設や設備が整っていない」ことを理由に、受け入れに消極的な宿泊施設が多いことが明らかになった（図表5）。

図表5 対象者の受け入れ強化に消極的な理由（複数回答）



資料：山形県観光文化スポーツ部「旅館等バリアフリー化状況調査」(2017年)

## ■バリアフリー対応を難しく捉えない

施設や設備などハード面の不備を理由に、宿泊施設が高齢者など車いす利用者の受け入れに消極的な状況は、山形県内に限らず全国各地で共通してみられるものである。そこには、「バリアフリー対応＝重度の障がい者への対応」という誤解がある。施設側がバリアフリー対応について難しく捉えすぎるあまり、普及が進まないという現状がある。

実際には、全国各地のバリアフリー観光対応窓口に寄せられる相談の中には、サポート（介助）を必要としない旅行者からのものも多い。対象となる旅行者は、高齢者や障がい者に限らず、妊婦や乳幼児連れまで、その範囲は実に幅広い。「バリアフリー観光は特殊な旅行ではない」という認識を広げていくことが重要である。

バリアフリー観光とは、「高齢者や障がい者など身体等に制約がある人でも気兼ねなく参加できる旅行」のことである。旅行先でのサポートを必要としている人がより重視するのは、施設や設備などハード面の充実よりも、「自分が宿泊できそうか」を事前に判断す

る上での「的確な情報」に他ならない。

利用者である高齢者や障がい者が施設を利用できる条件、必要となる支援・サービスはひとりひとり異なるものであり、「万人が満足するバリアフリー」は存在しないのである。

施設情報を入手したうえで、その施設を利用できるかどうかは利用者本人が一番理解している。よって、利用者が必要とする情報を的確に発信することが重要である。

利用者が必要とする情報が何であるかを知るためには、利用者を感じる「バリア」とは何であるかを把握する必要がある。階段や段差などの物理的なバリアだけでなく、情報の不足や分かりにくさ、障がいに対する理解不足などが原因で、高齢者や障がい者は日常でさまざまな「バリア」を感じているのである。したがって、宿泊施設などが利用者に向けて情報提供を行う際には、施設の「ハード面」に関する情報だけでなく、人的対応やサービスなど「ソフト面」の情報も重要といえよう。

続いて、高齢者や障がい者が必要とするバリアフリー情報の発信を実践するためのポイントを整理してみたい。

第一段階は、高齢者や障がい者が「どのような情報を必要としているか」、情報に対するニーズを理解することである。

第二段階は、バリアフリー情報として発信する、施設の設備や備品、サービス等の対応状況をセルフチェックし、情報を収集することである。

第三段階は、セルフチェックによって収集した施設のバリアフリー情報を、パンフレットやウェブサイトなどの媒体を通じて積極的に発信していくことである。重要なポイントは、未対応のものも含め、ありのままに発信することである。利用者にとっては、受け入れ対応が難しい、「できていない」といった情報そのものに価値がある。

そうした意味で、「バリア情報」を発信し「バリアの見える化」を行うことが、利用者側からすれば情報の信頼性や利便性の向上につながるのである。つまり、利用者側は、「バリアフリーの施設」を探しているの

ではなく、「施設のバリア情報」を求めているのであり、ネガティブな情報よりも「何も情報が記載されていないこと」のほうが利用者をより不安にさせるのである。

## ■おわりに

これまで、車いすや足腰が不安で旅行に積極的になれない高齢者が訪れやすい環境を整備し、積極的な情報発信を行っていくことが、国内宿泊旅行の市場を拡大させる潜在的なポテンシャルを引上げるという議論を展開してきた。

東北地域が有する観光資源に目を転じると、豊かな自然や温泉地、魅力的な食材、歴史や文化など、高齢者の志向にマッチするものが多い。

また、東北地域は、全国の他地域に先駆けて少子高齢化社会を迎えることが確実視される地域として、高齢者の情報ニーズを理解し、必要な情報を選び分けて提供し、高齢者に選ばれる観光地を目指して、その魅力を国内外に売り込んでいくことができる。

少子高齢化社会を迎えるなかで、好むと好まざるとにかかわらず、高齢者や障がい者に対応したバリアフリー観光の取り組み推進は、近い将来、全国各地の観光地が直面することになる課題であり、すでに「待ったなし」の状況にある。中国や韓国、シンガポールやタイといった東アジア諸国でも、今後30～40年で日本を上回るペースでの高齢化が進むと見込まれている。国内の少子高齢化に備えることは、並走して推進するインバウンドの成果を中長期的に持続させることにも寄与するものである。

2020年の東京オリンピック・パラリンピックは、東北地域が全国に先駆けて、少子高齢化社会を迎えるわが国の観光の「新時代のおもてなし」のありようを世界に向けてPRする絶好の機会と捉えるべきである。

## 【参考文献】

- ・国土交通省国土交通政策研究所「車いす、足腰が不安なシニア層の国内宿泊旅行拡大に関する調査研究」、2016年
- ・観光庁「平成26年度ユニバーサルツーリズム促進事業報告書」、2014年