

● “ひろろ” から “えらぶ” 時代に、  
「選ばれるタクシー会社」を目指して

当社は、右肩下がりのタクシー業界の中で、“ひろろ” から “えらぶ” 時代に「選ばれるタクシー会社」を目指している。当社は元々ビジネス顧客の割合が高く、個人のお客様に選んでいただくための新機軸を探していた。全国のタクシー会社にも行脚して話を聞いたり、社内でも検討する中で、付加価値を感じていただけるのは「高齢者のケア」「観光」「キッズ」の三分野ではないかという議論になった。

ただし、こうしたサービスは、後述の本部管理コストとドライバーにとっての不採算性の問題から、地方では事例があるものの、東京等都市部で手がけているところがないのが実態であった。ただ、そこで諦めずに、受注スキームを工夫することで実現にこぎつけた。

【サービスの質の確保】

● 選抜されたドライバーの中から、希望者に教育を徹底し、専門性の高いサービスを提供

「サポート」「観光」「キッズ」の三分野からなるエキスパートドライバーサービス（以下EDS）は1年以上の無事故無違反の優良ドライバー（「黒タク乗務員」）3,500名の中から希望者を募っている。

「サポートタクシー」のドライバーは普通救命救急研修、ユニバーサルドライバー研修に加え、全員が介護初任者研修を終了している。資格取得費用は現在は研修会社と提携し、全額会社負担で対応している。更に月に1回はスキルアップ研修を行い、専門性の向上に注力している。

● ドライバーの高い「現場力」も特徴の一つ

EDSドライバーは社内のSNSを通じて、ノウハウや個別のお客様ごとの留意点を共有したり、勉強会やミーティング等を自主的に行っている。こうした現場力の強さも他のタクシー会社にはない強みである。

【事業採算性の確保】

● ドライバーへの直接予約と、時間制料金により、コストの問題を解決

EDSのような注文型のタクシーサービスの場合、通常、予約・注文を受け付ける本部の管理コストが必要になる。また、病院への送迎のような短距離だと歩合給で働いているドライバーにとっては割が合わないことになる。当社では、次のような方法で管理コストとドライバーにとっての不採算性という問題を解決した。

① スマホアプリによるドライバーへの直接予約

ドライバーに独自開発のアプリを入れたスマホを持たせて、お客様からの予約注文をドライバーが直接受け付け、ドライバーが電話やメールでお客様に連絡を取る形にした。これによって、本部の管理コストを不要としている。

② 時間制料金

通常の距離料金だと短距離の送迎はドライバーの割に合わないため、「1時間以内ならいくら」という時間制の料金とした。それなりの費用をいただくことにはなるが、その分、前述のような教育を徹底することで付加価値を認めてもらっている。

POSITION



● EDSにより、ドライバーのやりがい向上、採用希望者が  
増える効果も

EDSにおける最大の課題は人材の確保。あくまで「ドライバー自らが手をあげる」ことにこだわりたいので、急に数を増やすことはできない。しかし、サポートタクシーをはじめとするEDSを始めたことにより、ドライバーのやりがい・モチベーションが向上したことに加え、当社への中途採用、新卒採用の希望者が増えている。現在の入社希望者はEDSを目標に入社を

希望する人も多く、こうした人たちの中から、EDSの担い手が増えていくことを期待している。

2015年11月時点でEDS乗務員は150名強だが、1,000名体制を目標としており、3年以内には「サポート」チームも200名体制を目指している。

事業者からの、ご利用される方やケアマネージャー・自治体の方へのメッセージ

日本交通株式会社 管理部 営業企画  
マネージャー 徳山 正敏

いわゆる介護タクシーではなく、ご高齢の方・障害のある方のお出かけを乗務員が付き添いサポートするサービスです。気軽に、積極的に外出することで、身体面や精神面でも良い影響がもたらされ、その結果、社会的にも介護費・医療費などの削減や、地域活性化、消費拡大などに繋がるかと考えています。現在、定期的にご利用される方も増えてきており、社会的にも認知され、必要性もあるサービスと感じています。是非、地域介護にご活用頂ければ幸いです。

## バリアフリー旅行のプロが付き添う旅行サービス

# トラベルヘルパーサービス（介護旅行）

株式会社エス・ピー・アイ(あ・える倶楽部)

### ポイント

#### 【利用者からみて】

専門的な教育を受けた「トラベルヘルパー（外出支援専門員）」が身近なお出かけから、旅行までをサポートしてくれる

#### 【事業として】

1. いち早く「介護旅行」分野にフォーカスし、市場を創造しながら、長年にわたりノウハウを蓄積
2. 専門資格「トラベルヘルパー」として人材を育成しつつ、各地でのネットワークも構築

- 環境が整備されていない時代に、介護が必要な方が「旅に行くのをあきらめている」状況を打破すべく事業を開始
- 専門家である「トラベルヘルパー」の育成とネットワーク構築でニーズに対応

サービスの  
質の確保

- 専門家「トラベルヘルパー」による質の高いサービス。資格者は700名を超える。宿泊を伴う介護旅行に同行できる2級では120時間以上のカリキュラム。

集客・運営

- ロコミ、パブリシティによる集客とリピーターに支えられる。
- テレワークの活用などで、旅程を企画するコーディネイト人材の確保にも努める。

ネットワーク

- 各地域のトラベルヘルパーセンターとも連携し、様々なニーズに対応する。

- 人材育成を進めながら、「日常的な外出のトータルサポート」など、活躍の場を広げることも構想

### 商品・サービス概要

## 介護旅行サービスに加えて、専門家の育成にも取り組む

#### ● トラベルヘルパーサービス（介護旅行）

##### 【商品・サービス】

介護が必要な方向けに、介護技術と旅の専門知識を持つ介護旅行のプロ「トラベルヘルパー」が同行する介護旅行サービス。

身近なお出かけから長距離の旅行まで、お客様ごとの個別の要望に応じてプランを打合せ、旅程作成と見積もりを行った上で契約する。

##### 【価格】（2016年2月時点）

料金のご利用される方の自立度（介護度）により異なり、トラベルヘルパー1人あたり2～3万円/日（税別）。本人やトラベルヘルパーの旅費は別途かかる。

#### ● トラベルヘルパー（外出支援専門員）養成

当社の登録スタッフ以外も対象に、介護技術と旅の業務知識をそなえた「外出支援」の専門家を育成している。3級、準2級、2級がある。他に外出支援コーディネイト技法を1級講座と併用で開催している。（特定非営利活動法人「日本トラベルヘルパー協会」にて対応）



### 主な利用者とQOL向上のポイント

## 介護が必要な方を中心に、「生きがい」につながる旅をサポート

- 利用者のプロフィール：ほとんどは要介護の認定を受けている方。年間400～500組の利用がある。利用者の多くはリピーターの方である。トラベルヘルパーの費用分、普通の旅行よりも費用は掛かることになるが、富裕層・資産家に限らず、一般的な方がご利用されている。健常・自立の方が年に数回旅行に行っているところを、年に1～2回程度なら、旅行、お墓参り、家族の結婚式の出席等に少し費用をかけてもいい、という感覚だと思う。
- QOL改善・向上のポイント(対応するニーズ)：単に「趣味」や「お楽しみのため」だけでなく、「大切な思い出の場所を訪れたい」、「もう一度ふるさとの山々を見たい」、「お墓参りや家族の結婚式の出席したい」など、家族や親しい人との絆を深めることや、自宅や施設に閉じこもることなく他との交流を持つことで、生きがいにつながっていることが多いと感じる。

● 旅のニーズを「あきらめ」で終わらせないために

「介護旅行」のサービスを始めたのは約20年前（1995年）。元々、ある旅行会社で添乗員として働いていたが、「介護旅行」の分野にニーズを感じて創業。  
 当時は、介護が必要な方は旅行に行きたいと思っ  
 ていても、あきらめていることが多かった。しかし、外出や旅行のニーズの強さは感じており、これを何とか実現しようと考  
 えた。サービス開始当初は、交通関係、ホテル・旅館等もバ  
 リアフリー環境が整っておらず、大変苦労した。  
 また異業種から参入した株式会社ということで、既存の  
 介護事業者からの抵抗も大きかった。  
 バリアフリー法の施行以降、環境も格段に良くなり、介  
 護予防重視の流れから、最近は障害者差別解消法の施行も  
 あり、関係事業者の関心も高まってきていると思う。

● 安心して旅・外出をしていただくために人材を育成。介護職の処遇改善も視野に。

公共交通機関での移動や温泉旅館での入浴介助など、介護が必要な方の旅行の同行には、通常の介護の知識・技術に留まらない独自の知識やノウハウ、さらに立場の違う専門職どうしのサービスをシームレスにつなぐことが必要となる。  
 そのための専門家「トラベルヘルパー」の育成を1995年に開始。2006年には特定非営利活動法人「日本トラベルヘルパー（外出支援専門員）協会」を設立し、育成事業を移管した。  
 資格取得には一定の費用も時間もかかるが、その分専門性を高めることで、通常の介護事業所で勤務しているよりも時間単価でみれば高い報酬を得られる可能性がある。介護職のキャリアアップや処遇改善にも寄与するのではないかと考えている。

【サービスの質の確保】

● トラベルヘルパーによる専門的なサービス

専門的な教育を受けた「トラベルヘルパー」の資格者が当社に登録しており、お客さまからの要望を受けて、旅行に同行する。トラベルヘルパー資格は3級、準2級、2級があり、3級は基本を学ぶコース、準2級は仕事として日帰り等の外出支援ができるレベル、2級は介護・看護系の有資格者を対象としており、仕事として宿泊を伴う介護旅行に同行できるレベル。受講時間の目安はそれぞれ、3級は30時間、準2級は72時間、2級は120時間に及ぶ。さらに外出支援コーディネイト技法も開設している。これまでの資格取得者は約700名。当社に登録する以外に介護事業所等でトラベルヘルパーとして活動している人もいる。自ら進んで自費で資格取得する人が大半であり、モチベーションが非常に高い。

【集客・運営】

● ロコミやバブリティによる集客

以前はポスティングや介護事業所への営業も行っていましたが、効果は薄かった。現在は定期的にメディアに取り上げられることもあり、ロコミやネット経由で引合いが入るケースが大半である。

● 企画・コーディネート

実際に同行するトラベルヘルパーに加えて、お客様の要望をお聞きして旅程を企画するコーディネート人材も重要。この部分は在宅テレワークもうまく活用して、主婦層も含めて多様な人材が働けるようにしている。

【ネットワークの拡大】

● 各地のトラベルヘルパーセンターと連携 旅行会社とも提携

全国11カ所に「トラベルヘルパーセンター」という地域拠点があり、各地での利用者対応や旅館や観光地など受け入れ側の整備を行っている。自治体やNPO、介護タクシー事業者など様々な主体にセンターとして活動してもらっている。センター間の情報連携はTV電話やクラウド環境を利用して密に行っている。  
 また、JTB、郵船クルーズ（飛鳥II）とも提携し、当社のサービスを紹介してもらっている。



● トラベルヘルパーやコーディネーター人材の拡充が課題

現在、多様な利用者ニーズに対して、トラベルヘルパーや旅程を企画するコーディネーターに限りがあるため、これ以上利用者を増やすことが難しい状況である。まずはトラベルヘルパーやコーディネーターをより多く育成することと同時に多様な高齢者ニーズ、安全に配慮した移動に対する商品・サービスを開発して、市場を広げていくことが急務である。

● 「旅」に加えて、日常的な外出のサポート強化も

トラベルヘルパーは介護が必要な方の外出支援のプロなので、日常的な外出や買い物といった部分もサポートできる。現在は規制があって難しいが、バリアフリーの特殊車両を使用したサービスなど「自家用車タクシー」が認められれば、外出に関して一貫して支援する利便性の高いサービスが提供できる可能性がある。日常的な外出に関するサポートについても色々な可能性を模索していきたい。

事業者からの、ご利用される方やケアマネージャー・自治体の方へのメッセージ

介護が必要になると外出がおっくうになり、ちょっとした旅行も他の人に迷惑をかけるからと、ためらう人が少なくありません。また、本当は利用者の外出の夢を叶えてあげられたらと思う事業者の方にも、「もし事故にあったら、責任があるから困る」と二の足を踏んだまま、ことがすすまないという話を聞きます。互いにそうした考え方のままでは解決策は見つからず、はじめはそうでなくても結局、本人の終末の願いは叶わぬまま、一方でまじめであるにもかかわらず制度の限界を嘆きながら、介護職の魅力をも見失いかけている人も多いように感じます。私達トラベルヘルパー（外出支援専門員）は、そうした地域や環境の方々の善意の第三者として、利用者の自己責任を踏まえつつ、日常の介護と非日常の外出や観光サービスの専門職どうしを繋ぎ、各々の専門性を活かしたチームワークで介護を必要とする方のQOL向上へつなげる役割を果たしたいと考えています。たかが旅、されど旅もまたハビリティです。

# 「“行けるところ”ではなく、“行きたいところ”に行く」を実現する ユニバーサルデザイン旅行

## 旅のよろこび株式会社

### ポイント

#### 【利用者からみて】

介護が必要な方や障害がある方でも参加できるユニバーサルデザインツアー。オーダーメイドでの旅行にも対応してくれる。

#### 【事業として】

1. 下見の徹底や参加者の事前の状況確認など「安心・安全」にこだわる
2. 「旅×予防」など、旅の可能性をさらに追求していく

- 「要介護の方々のハワイツアー」をきっかけに「旅の可能性」を感じて事業開始

- 一般のツアーよりも費用はかかるかわりに、他にない旅行体験を提供

サービスの  
質の確保

- 「行きたいところに行く」ために、下見や、参加者の状況確認など、「安心・安全」にこだわる。そのため、参加者の対象もあえて近隣に絞る。
- 約180名の訓練された介助ボランティアが支える。

集客

- 満足度も高く、多くがリピーター。DMで告知しつつ、介護事業所等から新規顧客を開拓。

採算の確保

- 企画型とオーダーメイドの両方を手掛けて、バランスをとる。

- 旅の効果を検証しながら、「介護予防」「病気の方向け」などへ領域も拡大

### 商品・サービス概要

### 介護が必要だったり、障害があっても「行きたいところに行く」を実現

#### ● ユニバーサルデザイン旅行

##### 【商品・サービス】

「すべての人に旅のよろこびを」をスローガンに、介護が必要な方、障害のある方など、誰もが参加できるユニバーサルデザイン旅行を実施している。企画型のツアー旅行と、オーダーメイド型の旅行の双方を手掛けている。

海外ツアーでは、アメリカ、カナダ、フランス、スイス、チェコ、ベルギー、オランダ、スペイン、中国等15ヶ国で実績あり。

国内でもさっぽろ雪まつりや、階段の多い日光東照宮など、「バリア」の多いところにも行っている。「行けるところではなく、行きたいところに行く」を理念としており、お客様が行きたいところにはあらゆる手段を使って行くようにしている。

ツアーにはヘルパー資格を持ったスタッフが同行するほか、登録しているボランティアスタッフが介助を行っている。



### 主な利用者とQOL向上のポイント

### 事前の訪問が可能な近隣の方にあえて絞る

- 利用者のプロフィール: 介護が必要だったり、障害のある方。一度ご参加された方はリピーターになるケースが多い。初めて旅行にご参加される方は事前にご様子を見に行く必要もあるので、お客様は基本的に当社がある熊本県内など近隣の方に限っている。
- QOL改善・向上のポイント(対応するニーズ): 「旅行なんて行けない」と思っている方の背中を押し、「旅に行きたい」という思いを実現している。旅は、目標になったり、認知症予防や介護予防にもつながる力があると思う。実際の効果についても熊本保健科学大学と研究を始めているところである。