

経営戦略としての
インクルーシブデザイン

Inclusive Design Report

よい会社、強いビジネスへ

はじめに

時代は変わりました。それに伴ってデザインも大きな変化を遂げています。従来、「見た目をよくするもの」と捉えられてきたデザインは、「座り心地のいい椅子」「使い勝手のいい電子機器」のように、ものの本質や機能を左右する要素へと拡張し、現在では社会インフラや政策を形づくる手段としても活用されるようになっていきます。この間、デザインは、一貫してユーザーニーズを満たすためのものとしてあり続けてきました。作り手が使い手（ユーザー）を理解し、ものごとを形づくり、届ける。しかし、いまデザインに求められるものは、その基本原理にとどまりません。

これは、今日のビジネスのあり方とも大いに関係があります。販売量を確保するため、プロダクトライフサイクルを短くすること。一人あたりの生産力を高めるべく、長時間労働を強いること。少しでも安くものを作ろうと、調達先にプレッシャーをかけること……。こういった経営手法は、倫理的にも、持続可能性の観点からも、疑問視されるようになりました。ビジネスの目的がユーザーのニーズを満たすことのみで、経営資源はそのための手段とする考え方自体が、時代にそぐわなくなっているのです。地球環境、従業員、調達先など、これまでビジネスの裏方＝手段だった存在が、明示的にビジネスの目的

に加わりました。地球環境を守ることで、長く続く事業を目指す。労働環境を改善し、従業員の定着を図る。調達先と利益を分け合うことで、地域経済を底上げする。こういった全方位への目配りが、経営そのものとなったのです。

これからご紹介する「インクルーシブデザイン」は、この変化の時代の道しるべになりうるものです。多様な背景や特性のある人たち、そして組織内外の異なる役割を担う人たちが、立場を超えてプロダクトやサービス、ひいては新たなビジネスをともに生み出す実践のかたち。多様な人と人との豊かなかかわりを通じて、画期的なプロダクトやサービスの出現を後押しし（イノベーション）、新たな働き方や組織文化が編まれ（組織）、地域や社会の魅力や希望が形づくられます（社会）。

インクルーシブデザインを通じて、「よい会社、強いビジネス」を生み出す。

人を真ん中に、多方面に可能性をひらくこのインクルーシブデザインの営みを、先進企業や組織のケーススタディ、有識者による議論、そして実践プロセスとともにご案内していきます。ぜひ、最後までお付き合いください。

経営戦略としての
インクルーシブデザイン

インクルーシブデザインとは、これまでメインターゲットとされていなかったユーザー（例：障害者・高齢者・外国人等）とともに製品・サービスなどの開発プロセスを進め、新たな価値創造につなげていく手法です。経営戦略としてインクルーシブデザインを実践することで、様々な効果が得られ、企業競争力の強化が期待されます。

インクルーシブデザインがひらく 3 つの領域



製品・サービス

組織・働き方

地域・社会・環境

多様な人と人との豊かなかかわり合い

企業競争力の強化

製品・サービス

組織・働き方

地域・社会・環境



目次

はじめに	
インクルーシブデザインがひらく 3 つの領域	… 2
第 1 章	
12 の実践	… 5
コクヨ株式会社／株式会社 Halu ／株式会社ジャクエツ	
株式会社 DNP コミュニケーションデザイン／花王株式会社／ SOLIT !	
ソフトバンク株式会社／日本アイ・ビー・エム株式会社／株式会社丸井	
浜松科学館／株式会社 GOOD NEWS ／春日台センターセンター	
12 社のインタビューから見えてきたキーポイント	… 20
第 2 章	
インクルーシブデザインのプロトタイピングに挑戦	… 23
実録！ インクルーシブデザインワークショップ	… 26
第 3 章	
鼎談 「ために」から「ともに」のデザインへ	
塩瀬 隆之 × 水野 大二郎 × 山田 小百合	… 31
刊行によせて	… 38



12 の実践

本章では、インクルーシブデザインを取り入れ、すでに成果につながっている 12 の企業・組織にインタビューをしました。お話にもとづき、インクルーシブデザインによって生まれる変化の領域を 3 つに分け、「製品・サービスを刷新する」5 社、「組織や働き方を編み直す」3 社、「社会や地域を変えていく」4 社の順に掲載しました。ただし、各社の実践は 1 つの範疇に収まるものではなく、3 つの領域を超えて相乗的な変化を及ぼしています。そうした広がりにもぜひ着目してみてください。

「当たり前」は変わる、変えていける HOWS DESIGN

グループ全体でインクルーシブデザインに取り組み、そのプロセスを HOWS DESIGN と名づけて、共感・共創によるものづくり・コトづくりを推進しているコクヨ。2024 年、年間の新製品の 20% にこれを取り入れる目標を達成した。

- ・ダイバーシティはサステナビリティの第一条件
- ・事業・部署横断の取組による相乗効果
- ・ものづくりで社会のバリアを減らす



——2011 年にコクヨが発売したロビーチェア「Madre（マドレ）」は、開発時にインクルーシブデザインを取り入れた一般向けの製品として、国内でもっとも早い事例の 1 つでした。

私たちにとっても初めての試みで、車椅子やベビーカーのユーザーなど多様な人が気兼ねなく利用できることを主眼に開発しました。携わったメンバーは大きな手応えを感じたようですし、製品もロングセラーになりました。ただ、通常の開発プロセスに比べて工数がかさむため、当時は、インクルーシブデザインを本格導入するには至りませんでした。

それから 10 年余り。インクルーシブデザイ



2011 年発売の Madre（マドレ）。通路幅を広く取れるコンパクトさ、車いすやベビーカーを寄せやすい形など工夫が随所に。国際的なユニバーサルデザイン賞を複数受賞している

ンをグループ全体で推進する方向に流れが変わったきっかけは、2022 年にサステナブル経営体制を構築し、ありたい未来「自律協働社会」に向けた企業としての方針が統一されたことが大きいです。

——サステナビリティとインクルーシブはどのような関係にあるのですか？

そこがつながっているのが、コクヨらしさなんです。「自律協働社会」を実現するために、2022 年に 5 つのマテリアリティ（重要課題）を再設定し、その 1 つ目に「社内外の Well-being の向上」を掲げています。もともと戦前から聴覚障害のある人と働いてきた歴史があり、2003 年にはコクヨ K ハートという特例子会社を設立して、障害のある方が活躍できる環境を育んできましたが、正直なところ、社員同士のかかわり合いが活発とはいえませんでした。これを見直し、K ハートのメンバーとの対話を通じて一緒に商品・サービスを開発し、社会のバリアを減らしていくのが、コクヨらしいダイバーシティ&インクルージョン&イノベーションの形ではないか。そう考えて 2023 年、大阪本社 1 階にインクルーシブ

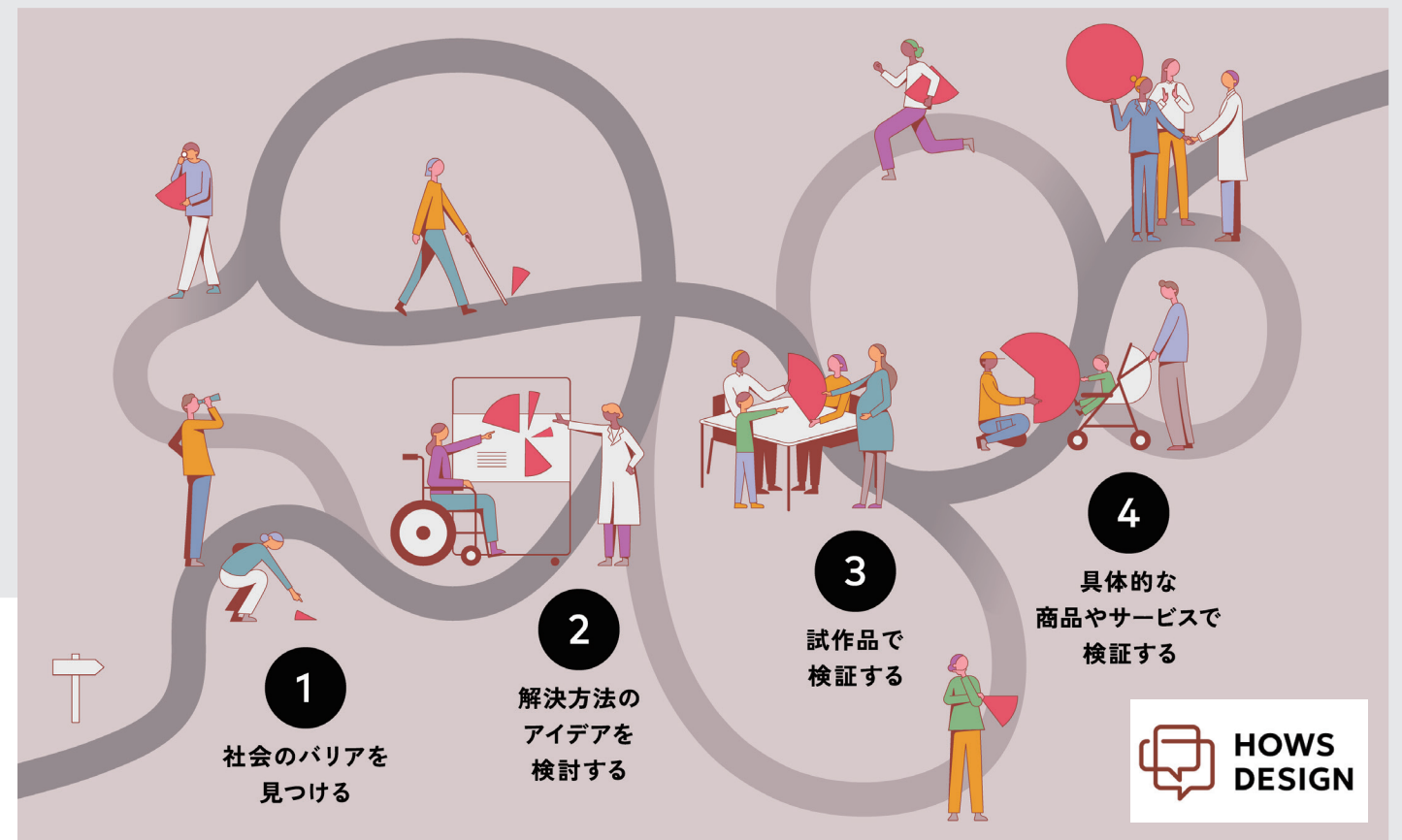
デザインの実験場 HOWS PARK（ハウズ パーク）を開設し、インクルーシブデザインのプロセスを HOWS DESIGN と名づけて推進してきたのです（右頁上）。

——短期目標として掲げていた「2024 年に上市するグループ新製品の 20% を HOWS DESIGN で」というゴールを見事に達成されました。苦心された点、よかった点は？

グループ全体で 28%、事業別でも 20% 以上となりました。これからは「2030 年に 50%」というチャレンジ目標に向かっていきます。高いハードルですが、できるかできないかではなく、やるかやらないかで考えたい。

開発者が苦心するのは課題の設定ですね。社会のバリアといっても多種多様ですので、どんな点に注目するのか、自社が強みとする商品とどう組み合わせたら、どう社会の役に立つのかなど。

よかった点は、空間、家具、文具、流通・通販など、社内の複数事業を横断して取り組むことで多くの発見があり、相乗効果が生まれた点です。例えば、通販事業の株式会社カウネットが真っ先に注目したのは「箱の開け



づらさ」。普段、箱の中身を開発しているチームにとっては衝撃的でした。

——新たな連携も生まれているんですね。社内のモチベーションは初めから高かったのですか。

いえ、社内向けのイベントを開催するなど工夫してきました。アドオンの活動なので、目的やプロセスへの合意、魂に火をつけるようなエンゲージメントがなければ、「部長に言われたので来たんですけど」なんてことになってしまう（笑）。経営陣、事業部門、従業員が同時に動いていくことが大事ですが、特に従業員一人ひとりの納得感を上げるコミュニケーションに力を注ぎました。社内生まれたムーブメントを、これからは社外へ拡大していく時期だと思います。

——特定のバリアから、幅広い対象層に通用するものを作っていくわけですね。

そうですね、特定の人の視点からスタートしますが、その人たちに喜んでもらうだけでなく、やっぱり開発費や固定費を回収してビジネスとして成立しないと、持続的なものづくりはできませんから。広げ方はまだ手探り

でも、5 年 10 年で働き方の「当たり前」が変わる風景を、ぼくたちは実際に見てきたんです。コクヨでは 20 年以上前から自席がないフリーアドレスですが、当時は「自由な働き方で素晴らしいですね、でもうちでは無理だなあ」という反応ばかりでした。いまでは何も珍しくありません。

——みずから変化する自信と意思を持って進む大企業の姿は、社会に与えるインパクトも大きいと思います。グローバル展開の中で、今後 HOWS DESIGN の取組を多世代・多言語・多文化などに広げていくのでしょうか。

社会に存在する多様なバリアは視野に入れたつつも、課題をなんでもありにしてしまうと、20%でも 50%でもなっとかなってしまうので、まずは一丁目一番地として障害のある方との協働にしっかり取り組んでいこうと思っています。「なんちゃって」インクルーシブデザインにならないように、オープンでフェアにやるのが大事。HOWS DESIGN に関する記事では失敗や勘違いもあえて公表しています。そこから社会の理解が広がっていけばと思います。



ひと目でどこから開けるかわかり、軽い力で開けられる。最後の一枚まで取り出しやすく、箱も簡単につぶせる。通販部門カウネットの「取り出しやすい箱入り封筒」



業界初「傾斜インサート」を搭載し、利き手を問わない仕様になったハサミ

コクヨ株式会社

文房具の製造・仕入れ・販売、オフィス家具の製造・仕入れ・販売、空間デザイン・コンサルティングなど

従業員数：連結 6,931 名、単体 2,142 名（2023 年 12 月末現在）

<https://www.kokuyo.co.jp/>

（左頁）コクヨの東京品川オフィス・THE CAMPUS では、コクヨ K ハートのメンバーが清掃業務を通じて活躍する姿が日常に溶け込み、社員同士の会話も生まれている。SOLITI（12 頁）によるユニフォームも目を引く



CSV 本部サステナビリティ推進室
井田 幸男さん

あらゆる子どもと家族の外出を応援 IKOU ポータブルチェア

体幹が弱くて1人で座れない子を起点に開発された、座位保持機能つきポータブルチェア。障害の有無にかかわらず使いたくなるデザインと持ち運びやすさで、子どもと家族の行動範囲を広げている。

- ・障害の有無による境界を溶かす
- ・当事者と家族の外出を後押しして生活の質を向上
- ・ユーザーを拡大し社会的・経済的価値を創出



——松本さんは新卒から約10年、トヨタ自動車
でグローバル車の商品企画に携わられたそう
ですね。IKOU ポータブルチェア（以下、IKOU）を
開発した経緯を教えてください。

2016年に生まれた長男に、脳性まひによる運動機能障害があり、休職してケアに専念する中で、障害の有無により、遊び、学び、仕事など生活の場すべてが、幼少期から生涯にわたり社会構造的に分断されてしまうことを痛切に感じました。自分で体を支えて座ることができないので、外出先がごく限られてしまうんです。トヨタ在職中から、毎日使うプロダクトには、人の生活や意識を知らず知らずのうちに変え、社会を前進させていく力があると感じていたことや、障害児の成長は比較的ゆっくりで、その分経験を蓄積できることから、ものづくりの知見と当事者としての経験を掛け合わせてこの課題にチャレンジしようと決意し、2019年に退職。IDEO Tokyoのデザイン協力を得て開発に着手しました。その翌年にHaluを起業し、プロトタイプینگとユーザーテストを繰り返して、2022年にIKOUを発売しました。製品化にあたっては、



デザイン開発にはIDEO Tokyoが伴走

東レ・カーボンマジックと鳥越樹脂工業という、業界トップクラスの技術と実績を誇る2社がチームに加わってくださいました。

——姿勢保持機能を備えた椅子を折りたたんで持ち運べるのは画期的です。福祉機器やベビー用品には少ない、日常になじむデザインもいいですね。

そう言ってもらえるのはすごく嬉しいです。ターゲットは障害児に限定していません。小さい子どもを連れて外出するのは、どんな家族でも大変ですよね。使う人の気持ちにデザインで寄り添い、販売ボリュームを確保することで量産を可能にし、補助金を使わずに手が届く価格で、誰もがほしい時にオンラインですぐ買えるビジネスモデルです。インクルーシブデザインを实践するうえでは、マイノリティの課題解決にとどまらず、より多くの人にとっての価値を生み出すことと両立するのが大切です。新たな価値を生み出す上で、商標、特許、意匠などの知的財産権の保護も意識する必要があります。

——スタジアムや阪急電車の車内、レストランなど、施設や店舗への導入も進んでいます。

まだ身体が小さく移動が簡単なうちにお出かけの経験を積むことで、工夫すれば好きなところに出かけられる自信がつきますから、そこを応援したいのです。障害のある人のお出かけは、成長につれて難しくなってしまうので。大きい子がおもつを換えられる場所は少ないですし、バギーが大きくて新幹線内で方向転換できず、車両と車両の間で過ごした話を聞いたこともあります。障害児とその家

族の外出機会が増えたら、社会の中で存在がより可視化され、一緒にスポーツ観戦をするなど、これまで出会わなかった人同士が触れ合うきっかけを作れるとも考えています。



サンフレッチェ広島でも正式導入（事前申込・抽選制）

——企業研修やコンサルティングも始めました。

インクルーシブデザインを取り入れたら必ずイノベーションが起こるのではと期待される方もいるのですが、そんなに簡単ではないです（笑）。私たちも、スケッチも含めれば100以上のプロトタイプを作りました。伴走した企業からは「人の気持ちに寄り添って話を聞けるようになった」「障害のある方を身近に感じるようになった」という声が多く、取り入れる価値は間違いなくあると感じます。受け入れる側・受け入れられる側、両方の気持ちの変化につながりますから。

息子は今8歳ですが、インクルーシブデザインが社会の当たり前になれば、将来できることが増えるかもしれない。様々なニーズを持つ人たちが、それぞれの力を発揮できる社会の実現につなげていきたい。それが活動の原動力になっています。

株式会社 Halu

子ども向けインクルーシブ・ブランド「IKOU（イコウ）」のプロダクト企画・開発・販売。インクルーシブな商品・サービス開発を目指す各企業との共同開発や社員研修・コンサルテーション等
従業員数：6名（2024年9月時点）
<https://ikoudesign.com/ja>



代表取締役
松本 友理さん



誰もがもつ遊びを引き出す遊具 RESILIENCE PLAYGROUND

寝たきりの子と飛び跳ねる子が一緒に遊べるトランポリンなど、障害の有無を問わず使える遊具。医療的ケア児など様々な個性をもつ子どもたち、医師、ケアスタッフ、デザイナー、地域住民などが携わって生まれ、2024年のグッドデザイン大賞を受賞した。

- ・障害の有無や年齢などの境界を溶かす
- ・遊びから一番遠くにいる子たちとともに始める
- ・要素を削ぎ落とすデザイン

——田嶋さんはなぜ、医療的ケア児の遊びに
フォーカスしたのですか。

人工呼吸器などの医療的ケアを日常的に必要とする子どもは全国に2万人ほどいて、その家族の多くが外出をためらっています。子どもたちと一緒にデザインするきっかけは、2020年に参加した福井市の事業創造プログラム、XSCHOOL（エクスクスール）でした。ぼくは当時、入社6年目で、数百件の遊具に携わっていましたが、障害児向けの遊具の経験はゼロで、モヤモヤしていたんです。XSCHOOLで、医師の紅谷浩之先生が福井市で運営するオレンジケアキッズラボ（以下、ケアラボ）を訪問し、医療的ケアを必要とする子や重度障害のある子たちの遊びと生活について、お母さんたちに話を聞かせてもらいました。3歳になっても友だちと遊んだことがない子や、作り笑顔をする子の話を聞いて、衝撃を受けました。



トランポリンのアイデアスケッチ。真ん中の穴により力が分散し、踏みつけられる危険が少ない。隣で飛び跳ねる揺れを、寝た姿勢の子も楽しめる

しかし、障害といっても多種多様です。当初は「誰もが使える遊具」を作ろうとして、「世界平和」みたいなぼんやりした案も出しました（笑）。そこで紅谷先生が「一番障害の重い

子と一緒に始めたらいい」という助言をくれたんです。「歩行が困難な子も使える」など、線を引き直して1つ1つ対象を広げていくやり方では、いつまでたっても医療的ケア児まで届かない。逆に、遊びから一番遠くにいるこの子どもたちが楽しめたら、どんな子も対象になる。この視点の転換がスタートになりました。ケアラボスタッフ、ジャクエツのメンバー、地域の方などが混ざって「遊び場づくりワークショップ」を行い、模型を作りながらアイデアを出していきました。

——田嶋さんの熱意が社長にも伝わり、紅谷医師の監修の下、2021年に開発が本格始動しました。開発はどのように進めたのですか？

健常とされる子も楽しめなければ、ニッチすぎて商品になりません。また、初期に想定していた車椅子専用のブランコなどは、むしろ新しい分断を作り出してしまう。障害の有無や種類にかかわらず一緒に遊べる、寛容性のある遊具を目指しました。具体的には、発泡スチロールで実寸の模型を作って、ケアラボの子どもたちやケアスタッフに遊んでもらって検証を繰り返しました。「医療的ケア児の子たちは、遊具で遊べるのか？」「市場性が見込めるのか？」「安全性は？」など、社内では心配の声が上がっていましたが、実際に検証に巻き込んでしまうのが手っ取り早かったですね。ケアスタッフさんがダイナミックに遊具を揺らす様子に「大丈夫？」とハラハラしていた社員たちも、子どもたちの笑顔を見て「この子たちは遊べるんだ！」と、ガラッ

と見方が変わった。これを体感した営業メンバーが社外に話をしてくれて、完成後には東京・国立競技場に隣接する都立明治公園など、各所に広がっていきました。



試作したブランコの中で笑い声をあげる子と、驚く社員たち

——インクルーシブデザインのプロセスに参加して、社内の意識も変わったのですね。ほかにはどんな変化を感じましたか？

それまで手がけていた、身体感覚を刺激する機能を盛り込んだカラフルな遊具とは対照的に、RESILIENCE PLAYGROUNDでは刺激の強い色や素材を避けて、要素を削ぎ落とすデザインをしていきました。一般的なブランコは、体幹が弱くて座れない子だけでなく、感覚が鋭敏で、鎮の冷たさや鉄の匂い、景色の変化が苦手な子たちも乗れません。これらを除き、揺れを心地よく味わえる形を追求して、こもり型のブランコに辿り着きました。

近年、美術館の屋上や商業施設にオブジェのような遊具を設置することも増えています。遊びは子どもだけのものではないし、遊びを通じて、障害の有無、年齢や属性といった、様々な境界を溶かしていけるのではないかと感じています。



スペースデザイン開発課
田嶋 宏行さん



経営企画室
赤石 洋平さん

老若男女に伝わる情報設計 情報のユニバーサルデザイン

情報設計のスペシャリストとして企業を支援する DNP コミュニケーションデザイン。ユニバーサルデザイン（UD）の視点で課題を抽出する「クリエイティブレビュー（旧エキスパートレビュー）」など、多様な人に伝わるデザインに向けたメソッドを開発・提供する。

- ・目標はユニバーサルに、プロセスはインクルーシブに
- ・直感的に、世代を問わず、言葉に頼らず伝える
- ・「あたりまえ」を問い直す



——情報のユニバーサルデザイン（UD）とは、
どういうものなのでしょうか。

取扱説明書からパッケージ、空間のサインまで多岐にわたります。例えば、金融関連商品の契約概要や注意喚起情報はとても複雑ですよね。私たちは2013年、一般社団法人生命保険協会に対し、募集文書の簡素化・わかりやすさ実現を目的にコンサルティングを行い、生命保険各社が参照するメルクマール（わかりやすさの指標）を策定しました。また、「実利用者ユニバーサルデザイン認証」制度開発支援など、認証制度も手がけています。

最近の例では、玩具メーカーに伴走して、障害の有無にかかわらず遊べる共遊玩具開発促進のための研修やコンサルティングを実施しています。座学での研修と、クリエイティブレビューという弊社のオリジナルメソッドを使って製品を評価し、コミュニケーション

上の課題を洗い出す2ステップです。

クリエイティブレビューは2007年から提供しているサービスで、社内には多くのUDコーディネーターがいます。この手法を共有する社内研修では、複数の視点からのレビューで「仕事のプロセスが変わった」という感想もありました。

——普段の仕事にもいかされているんですね。UDとインクルーシブデザインの違いについては、どのように整理されていますか？

どちらも多様性を尊重し、可能な限り誰にとっても利用しやすい製品・サービス・情報・環境の実現を目指す重要なアプローチですが、混同されがちですよね。UDは「目標のデザイン」、インクルーシブデザインは「プロセスのデザイン」というと捉えやすいかもしれません。できる限り多様な人たちに伝わりやすい・利用しやすいものを作ることを目標に掲げて、インクルーシブなプロセスで進めていく。UDコーディネーターはその間を結ぶ役割です。

当事者とかかわり合うことによって無意識の思い込みを排し、それぞれが変わっていけることが、インクルーシブデザインの大切なところ。DNPグループは「未来のあたりまえをつくる。」を掲げていますが、「あ

たりまえ」自体を問い続けていきたいです。

超情報化、超高齢化、多様化といった社会の変化の中で、「読んでわかる」から「見てわかる」へのシフトも必要です。そこでインフォグラフィックス（IG）とユニバーサルデザイン（UD）の融合により「DNPデジタルマーケティング時代のデザインメソッドIGUD（アイジーユーディー）」を独自開発しました。情報が溢れる中でも「秒で伝わる」ことを目指すデザインメソッドです。

——社内向けの勉強会も積極的に開催されているとうかがいました。

多様な人を理解することがあらためて必須だと考え、様々な分野から講師を迎えて「多様性理解勉強会」を開催しています。また、「当事者研究0.5」と題して、本来は半日かかるワークショップを30分で行う取組も始めました。困りごとを抱えて働く私たちそれぞれにも、当事者研究は示唆を与えてくれます。

——社内と社外の両方に向けて、インクルーシブな視点を広げておられるんですね。

はい、例えば障害のある人の声を聞きながらアジャイルに開発を進めたいときに社内SNSで協力を募ると、パッと手を挙げてくれるメンバーもいて助かっています。考えてみると、職場も学校も比較的、同質なコミュニティなんですよね。会社と社会は表裏一体ですから、理想的には会社の中が、社会の多様性と同じ比率になるべきだと思います。会社の状態が社会と離れていては、真の社会ニーズには対応できないですから。

株式会社 DNP コミュニケーションデザイン

デジタルマーケティング支援、広告・宣伝物の企画・制作ディレクション、デジタルコンテンツ制作および画像・映像制作
従業員数：800名（2024年9月時点）
<https://www.dnp-cd.co.jp/>



第2CXデザイン本部 本部長
松川 雅一さん



匠デザイン室 主席企画員
相馬 あきこさん



多様な生活者の声を聞く ワンハンドプッシュのディスペンサー

2019年に刷新されたアタックゼロの容器は、ワンプッシュで5mlの液が出て、片手で洗剤の計量と投入が完了。障害などにより計量に不便を感じるユーザーの声を聞きながら開発され、「計るのが面倒」「手が汚れるのがイヤ」といった幅広い生活者の気持ちに届いた。

- ・特定の人のストレスから、多くの人の使いやすさを作る
- ・何千人もの声に耳を傾けるユーザーリサーチ
- ・プロトタイピングと生活者によるチェックを繰り返す

——片手で洗剤を計量・投入できるアタックゼロワンハンドポンプは、キャップの開け閉めや計量に不便を感じる人、シニア層など手指に力が入りづらい人の声から生まれたそうですね。花王には徹底したユーザーリサーチの文化があるそうですが、この商品の開発ではどんな声を聞いたのでしょうか？

容器を開発するプロセスの中で、目が見えないユーザーのお宅にお邪魔したことがありました。印象的だったのは、その方が洗剤のキャップに指を入れて液面の高さを測っていたことです。申し訳ないと思いましたね。誰にでも使いやすいものを作っている自負があったのに、そのような方のことが全然見えてなかったなと。ほかにも、小さな目盛りが見づらいとか、こぼれやすいとか、キャップ計量に様々なストレスを感じている方がいることがわかった。そこで、洗剤を開発する事業部、デザインを担当する私たち作成センター、そして包装技術研究所という複数の部署で検討を重ね、小さい力で押せて定量性のあるテコ式ポンプに着目し、数十回の試作を重ねました。



押すだけで定量が出ること、持ちやすさ、ちょうどいい押し加減……使い心地を求めて重ねた試作の一例。完成したディスペンサー構造は特許を取得。意匠登録もされている

洗濯って、皆さん自分の手順が正解と思っているかもしれませんが、障害の有無にかかわらず千差万別なんです。「こんな使い方するのか」「えっ、これをここに置くんだ」と、たくさんの気づきももらえます。自分の考えにとらわれず、いろんな生活者を見るのが大事だと思っています。

——特定のニーズを持った人に限定するのではなく、多くの人の声から真摯に「使いやすさ」を追求したところ、みんなが使いたくなるものが生まれるということでしょうか。

そうですね。1つのプロダクトで、多い時は何千もの声を聞かせていただくのですが、その中に特定のニーズを持っていらっしゃる方もたくさんいるということです。限定して見ていないことが、もしかしたら大きいかもしれない。国内だけでも年間20億個の製品を販売しており、それだけ生活に密着したところで使っていただいているので、特定の誰かにだけではなく、誰にとっても使いやすい商品を目指しています。1990年代初頭に登場したシャンプー容器の「きざみ」はユニバーサルデザインの事例としてよく挙げていただきますし、2012年から実施した高齢者体験ワークショップにはのべ800人の社員が参加しました。

普段から生活者の意見を集めて企画に生かし、ユニバーサルデザイン視点で形を作って、実際にいろんな生活者に使っていただくプロセスを何度も繰り返します。使いづらいという意見に対して改良したものを「これならど

うですか」と再度試してもらうことも。その後は、環境・コストも考慮し、マス生産の視点でブラッシュアップしていきます。



洗髪中でもシャンプーとリンスの区別ができる容器の「きざみ」は花王により1991年に市場に登場し、業界標準化された。現在では詰め替え用にもきざみがある

——開発のプロセスで、多様な人をインクルードすることを大切にするオープンなカルチャーは、社内の製造プロセスにも通じるものでしょうか？

はい、製造やマーケティングなど異なる部署とも頻繁に行き来し、オープンに議論しながらものづくりを行っています。私たち作成センターは、こういうものを作りたいという相談も受けますし、こちらが足を運ぶこともよくあります。工場では製造ラインを止められないので、メールだとしてもイエス／ノーの回答になってしまいますが、現場に行けば、一緒にプロトタイプを触りながら具体的な話ができます。

「ストレスがなくなった」とか、「赤ちゃんを抱っこしながら片手で使える」という感想をいただくと、うれしいですね。世にあふれるものの中で「これじゃなきゃ」といわれるものを作っていきたいです。



作成センター
第2ブランドクリエイティブ部
デザインソリューショングループ
平田 智久さん

「誰も何も取り残さない」チームづくり SOLIT !

多様な人が自由に心地よく着用できるファッションブランド SOLIT! により、世界3大デザイン賞の1つ iF DESIGN AWARD で金賞に選ばれるなど、国内外で注目される連続社会起業家の田中美咲さん。チームづくりとコミュニケーションについて聞く。

- ・サステナビリティもダイバーシティも
- ・プロセスの最初から最後まで多様な人とともに
- ・多元性を前提に、関係構築と会話から始める



——東日本大震災を機に一般社団法人防災ガールを運営した後、社会課題に特化したPR会社を創業。2021年にはファッションブランド「SOLIT!」を立ち上げ、様々な企業とD&Iを推進する事業協働を行っています。まさに連続社会起業家ですが、「オール・インクルーシブ」を掲げるきっかけは何だったのでしょうか？

防災の啓発活動を通じて、災害時にはマイノリティほど被害を受けやすいことを知りました。また、ダイバーシティについて語られるとき、障害者や高齢者、女性などに比べて、人種、宗教、移民などの課題は、日本ではあまり触れられません。他方で、サステナビリティを語る場では、環境改善の結果として多様な人々が生きやすくなるのかは注目されにくい。自分たちが解決したい課題を解決することで、別の課題が生まれていないか。それを無視してはいけないと思い、オール・インクルーシブに取り組むようになりました。



SOLIT! は 2024 年 4 月、カナダ・バンクーバーのファッションウィークでも脚光を浴びた。ランウェイには年齢・性別・国籍などを越えた多様なモデルが登場

私たちが目指すのは、多様な人にも、動植物にも、地球環境にも配慮した「誰も、どれも、取り残さない」社会です。

——他企業と協業する際、価値観の違いをどのように乗り越えていますか？

ESG 経営の一環で義務的にインクルーシブに取り組みされる企業には、KPI 達成なども大切ですが、人間は一人ひとり違うので、会話していくしかないことを丁寧に伝えていきます。マニュアルで対応できても、相手がどういう気持ちになるか想像できなければ、インクルーシブではないですよ。

例えば、私たちはコクヨのHOWS DESIGN（6 頁）にも伴走させていただきましたが、多様な人同士のコミュニケーションを重ねた皆さんは、「車椅子、押してほしいタイプですか？」「あ、基本嬉しいんですけど、鍛えているので今日は自分でやります」みたいな会話が自然にできる。こうした関係構築から始め

なければ、一緒にイノベーションを起こしていく仲間にはなれないんじゃないかと思います。

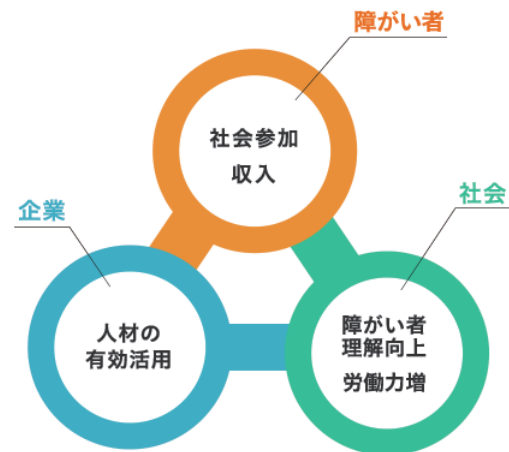
——田中さんたちが進めるデザインのプロセスを、具体的に教えてください。

1つのプロジェクトを10の段階に分けるとします。1.声を上げる。2.チームを作る。3.相互理解をして多様な仲間がいることを知る。4.問題や課題、やることの定義づけ。5.アイデア出

し。6.試作。7.検証。8.アウトプット。9.成果。10.振り返り。様々な事例を見ると、障害者や高齢者などのいわゆるリードユーザーがアイデア出しや検証の過程にのみ参加する例も多いですが、1から10までプロセス全体に携わり、ともに意思決定し、共同責任をもつことが大事です。単にヒアリング対象者として扱われると、「障害者」や「高齢者」というフィルターを通さないと発言してはならないような状況になり、これでは人をカテゴリで判断する見方が変わることはありません。インクルーシブデザインへの挑戦自体がまず素晴らしいですが、単なる事例づくりでなく、ぜひサプライチェーンまで含めたプロセス全体で考えていただきたいです。

——著書でも「点の事例でなく、ルール自体を変えることが大事」と話していましたね。

チームづくりも意思決定も、効率性を求めるなら同じような人を集めた方がいいのですが、私たちは多様な人と一緒に価値を作ることが大切に、いわゆるマイノリティが大多数（マジョリティ）になるようにチームを組成し、言語や特性、居住地の時差など、努力で超えられない多元性を前提に、相互理解に時間をかけます。例えば、精神疾患があり活字のメッセージでは怒られているように感じる人がいれば絵文字を多めに使います。おかげで文面がギャルギャルしい（笑）。聞こえない人が取り残されないよう「ちょっと待って」「何？」などの手話を全員で覚えるなど、わかるまで協力し合う文化を育てています。



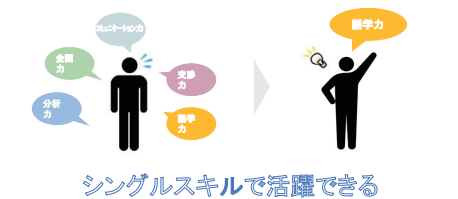
得意なことを短時間で。社会参加の第一歩 ショートタイムワーク

ショートタイムワークは、障害などの理由により長時間勤務が困難な人が、週20時間未満の短時間で特定業務に限って働ける、これまでにないインクルーシブな働き方。ソフトバンクが東京大学先端研と共同で設計し、2016年からソフトバンクで本格運用を開始した。

- ・一人ひとりの特性に合わせた働き方
- ・働き方や雇用の選択可能性を広げる
- ・職場や組織の寛容性を高める

——ショートタイムワークという雇用制度を作れたきっかけと特徴を教えてください。

ソフトバンクと東京大学 先端科学技術研究センター 人間支援工学分野（以下、東京大学先端研）は、障害により長時間勤務が困難な方が企業などで働くための環境整備の取組などを共同で進めています。2009年からICTを活用した障害児の学習・生活支援「魔法のプロジェクト」を実施していますが、成長した子どもたちの就労の壁を壊したいという思いから、ショートタイムワークの発想が生まれました。様々な業務を担当する従来のパートタイム勤務と異なり、データ入力や情報収集など、お願いしたい業務を明確に切り分けてから求人を出すのが特徴です。各部門が予算を確保して即戦力として受け入れるので、本質的な業務以外の部分は最大限柔軟に対応することになっています。例えば、私がショートタイムワーカーさんに英訳をお願いする場合、任された英訳業務だけできていれば、挨拶をしない、敬語を使わないなど業務に直接的に関係のないことは評価の対象外にする。「集中するために耳栓をつけたい」、「周りの音



一般的な雇用では総合力が求められるところ、その人の得意な部分＝シングルススキルでも活躍できる

が気になるので、音楽を聴きながら仕事したい」など要望があれば、受け入れるようにしています。

——職場での感想や反応はどうか。

多様な個性と能力を尊重し、チームとして価値を創造していくことに重きを置いているので、テレワークだけでなく同じ空間で一緒に働くことも大切にしており、それにより相互理解が進むと考えています。ショートタイムワーカーさんの中には、「今までは支援される側でしたが、働いてみて初めて、他の社員と対等になった気がします」とおっしゃる方もいました。

面接でその方の障害や配慮が必要なこと、最近の様子や体調の変動などを丁寧に確認しますが、実際に働き始めたら障害の有無にかかわらず、同じ環境で働いていただきます。受入側の社員からは、「障害のある方への理解が深まった」という声も聞かれ、障害のある方と働くことに対する心理的な障壁が下がるなど、組織の中にも変化が生まれています。

——ショートタイムワーカーはその後、どんなキャリアを積んでいくのでしょうか？

ショートタイムワークを通じて働きながらご自身で勉強して資格を取って、次のステップに進む方も多いです。自分の強みを生かして働く機会を得ることができ、スキルや経験を積むことができる。それが自信につながるようで、社会参加の第一歩という意味でも機能していると思います。ステップアップする方もいますし、週1・週2など、その方に合っ

た働き方で就業の継続を選択される方も。フルタイム勤務が一律のゴールではなく、目標のもち方も多様です。



テレワークや出社など、勤務形態も多様

——今後の展望について教えてください。

多様な人々が自分らしく生き生きと働ける社会の選択肢として、ソフトバンクだけにとどまらず地域や業界の垣根を超えて、ショートタイムワークの働き方を広げていきたいと考えています。すでに2018年に「ショートタイムワークアライアンス」というネットワークが発足しており、2024年12月現在、235の企業や自治体に参加して、ノウハウや事例を共有しています。企業や地域にとっては、DEI（ダイバーシティ、エクイティ、インクルージョン）の推進や人材の有効活用にもつながります。2024年4月の法改正で障害者雇用の算定方法が変わり、週10～20時間未満の一部が算出の対象に追加されました。これも多様な働き方を後押しする流れといえます。短時間であれば働ける可能性のある方が、世の中にはたくさんいらっしゃるわけですから、多くの組織や地域で取り入れていただき、「ともに働く」が広がっていけばと思います。

株式会社 morning after cutting my hair

社会課題に特化した企画・デザインを行う。PROJECT SOLIT はインクルーシブファッションの自主ブランド「SOLIT!」に加え、企業や団体のインクルーシブデザイン実践を伴走支援する
従業員数：4名（2024年末時点）
<https://macmh-inc.com>

ソフトバンク株式会社

移动通信サービスの提供、携帯端末の販売、固定通信サービスの提供、インターネット接続サービスの提供
従業員数（単体）：18,889名（2024年3月末時点）
<https://www.softbank.jp/corp/sustainability/special/stw/>



代表取締役
田中 美咲さん

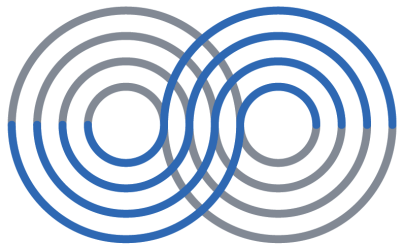


コーポレート統括 CSR 本部 CSR 企画統括部
CSR 企画 2 部 多様性・情報化推進課
梅原 みどりさん

多様性こそイノベーションの源泉 インターンシッププログラム Access Blue

日本 IBM が提供する、障害のある人を対象にした長期の有償インターンシッププログラム Access Blue では、IT やビジネスのスキルだけでなく、社会で働く自信がつくという。全世界の IBM に共通するダイバーシティ & インクルージョン（D&I）の理念がその背景にある。

- ・障害がある人のキャリアスタートを支える
- ・配慮はするが、特別な制度に閉じ込めない
- ・グローバルに育まれた D&I の企業風土



Access Blue Program

——Access Blue の概要を教えてください。

障害のある学生の就職情報や就労体験機会が圧倒的に不足していることから 2014 年に立ち上げた、IT やビジネスのスキルを身につけ、卒業後に社会で働くイメージを形成できる有償のインターンシッププログラムです。IT への興味と最低限の PC スキルがあれば、専攻も、障害の種類や程度も問いません。6 ヶ月のプログラムの最後には 2 週間の OJT（オン・ザ・ジョブ・トレーニング）があり、実際の業務部門で働いていただきます。また、様々な部署の社員と話す機会も設けています。

——今日お話を聞いている安田さんの部署でも今年度、OJT を受け入れたそうですね。

チームで話し合って準備しましたが、実感としては、一般の大学生インターンに来てもらうのとはほとんど変わりませんでした。障害、年齢、性別、国籍などの前にそれぞれの個性や能力、そして日々のコンディションがあり、調整は誰にでも必要ですから。これを契機に、障害のある社員とアライ社員（当事者を支援する社員）がともに活動する社内コミュニティ

「PwDA+」にも参加しました。（安田さん）

——IBM ではなぜ D&I を経営基盤としているのでしょうか？

1911 年の創業以来、黒人や女性、移民など多様な人々を世の中に先駆けて雇用してきた IBM には、「多様性こそイノベーションの源泉である」という信念が浸透しています。多様な考え方を基盤にすることで、多様化するお客さまに対して、多様で柔軟なアウトプットやサービスを提供することができ、個人のパフォーマンスも上がると考えています。

——日本 IBM も 1950 年代から、国内の法整備に先行して障害者雇用を行ってきました。ダイバーシティにより生まれたイノベーションの事例はありますか。

新しいものでは「AI スーツケース」という、視覚障害者の移動を支援する自律型ナビゲーションロボットがあります。自身も全盲の浅川智恵子 IBM フェローを中心に、複数の企業や大学が協力し、浅川が館長を務める日本科学未来館を拠点に研究開発を進めています。ちなみに IBM では障害のある方を PwD

（People with Disabilities）ではなく、個人の多様な能力に着目して PwDA（People with Diverse Abilities）と全世界で呼んでいます。

——障害のある人が働きやすい職種などはあるのでしょうか？

この障害だからこの仕事に向いているという当てはめ方をする、次の可能性を閉ざしてしまうので、ポジション対個人で考えています。特性があっても、介護や育児をしていますが、誰もが、どこでも、いつでも、自分らしく働ける職場環境であるべきです。そのために必要なアコモデーション（合理的対応）がされます。Access Blue でも、音声認識ソフトウェアを使用した字幕表示や、画面読み上げソフトウェアによる情報保障をしています。発達障害の方を受け入れたときには、耳からの情報だけでなく処理しにくいそうなので、メモなどで伝えるようにしました。障害にかかわらず誰でも、文章を残した方が確実です。社員が勉強する機会にもなっています。

——IBM におけるインクルーシブデザインは、手段ではなく前提なのですね。

そうですね、ポリシーとして組み込まれています。自分のパフォーマンスが出せる場所でやりたい仕事をするのが、一番モチベーション高く仕事ができる。その方がイノベティブなアウトプットができるし、ビジネスにも貢献できるはず。その人が持てる力を全部発揮して、成長し、みんなで分かち合うカルチャーに共感してくれる人と、一緒にチャレンジしていきたいですね。



すべての人の居心地を考えたお店づくり お客さまとの共創

かつて若者中心だったターゲットを、年齢・性別・身体的特徴を超えたすべての人へ大きく広げたマルイ。「居心地」にフォーカスし、ステークホルダーと共創する店づくりは、商品構成、店舗空間、労働環境にも変化をもたらしている。

- ・ウェルカムな場所、滞在したくなる空間
- ・「お客さま」は年齢・性別・身体的特徴などを超えて
- ・ステークホルダーとの徹底した共創

——2016 年の博多マルイ開店に先立ち、2 年間で 600 回以上の「お客さま会議」を開き、のべ 16000 人もの声を聞いたそうですね。

コンセプトやフロア構成、品揃えやサービスまで一緒に熱く議論して生まれた、マルイ初のお客さまとの共創によるライフスタイル型次世代店舗です。お客さまに「どんなお店が欲しいですか？」と聞いたときに、「居心地のよい店」という声を多くいただいたんです。それまでは「居心地」を、空間の素材や色など見た目で捉えていましたが、もっと構成要素を掘り下げたいと思い、九州大学に相談。インクルーシブデザインの国内第一人者である平井康之先生にご協力いただき、障害のある方をリードユーザーとして迎えたワークショップを数回行い、産学連携でニーズを拾っていきました。



開店前 2 年間で、のべ 600 回におよぶお客さま会議を開催

そうした準備を重ね、多目的トイレの各階設置、トイレまでの距離表示、電動車椅子の充電設備などが実現しました。こうしたハード面の実装は、お客さまにとっては心理面の効果も想像以上に大きかったようで、「配慮された設備があることによって外出する意欲が

湧き、前向きになった」という言葉もいただきました。個別のソリューションに注目しがちですが、それらによって施設全体がウェルカムだと感じ取ってくださることは大きな気づきで、デザイナーも、いままで味わったことのない経験に感動していました。身体的に特徴のある方のニーズは顕在化されやすいですが、そのほかの方にも「実はこれが欲しかった」と歓迎されたりしますね。

——「居心地のよさ」といっても、人や状況によって異なりますが、どんな人にとっての居心地のよさを追求したのでしょうか？

インクルーシブデザインのワークショップで見えてきたのが、「多様」を突き詰めて考える大切さ。九州大学には留学生も多くいますが、宗教や習慣の違う留学生と一緒に既存のデパートを歩いて、観察させてもらったりもしました。店舗を訪れる「みんな」の居心地がよいのはどんな場だろうと問いながら、体格の違いや身体の状態、習慣、状況などいろんな声を聞いたのです。その声をもとに、それぞれの人が座りやすい椅子を選定し、階ごとに休憩スペースのデザインを変えました。広いベンチシート、個別に座れるもの、高さの違うものなど、どなたにも「ここは自分に合っていて座りやすい」場所を見つけていただけるように、選択の幅を広げました。

居心地にかかわる 2 大ニーズというと、休憩スペースとトイレですが、トイレは DX による改善を進めています。各階のトイレの個室にセンサーを取り付け、利用状況がデジタ

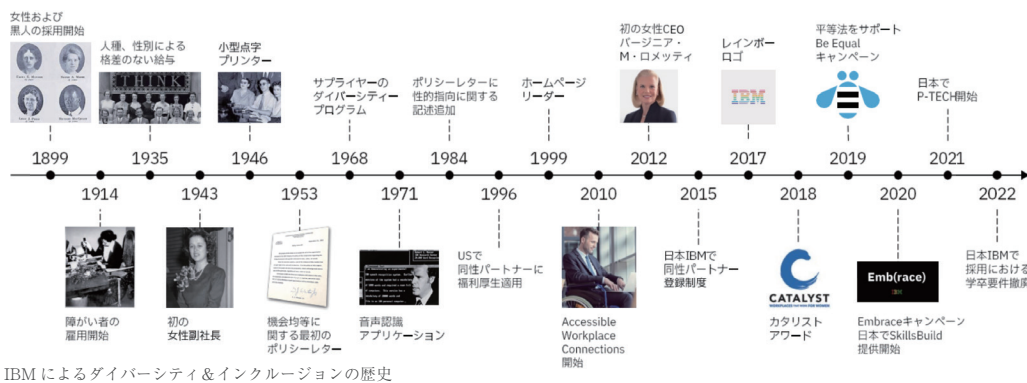
ルサイネージにリアルタイム表示されるシステムを、有楽町マルイでのテストを経て全店に展開。行列回避という課題の解決が、結果的にお客さまの回遊をうながし、店舗に長く滞在していただく効果にもつながりました。



トイレへの距離を表示することで安心感を高める

——働く人についてはどうですか。

もちろん、社員やテナントさんにとっての居心地や働きやすさも大切にしています。時代の変化に合わせ、休憩室を大箱から少人数向けに変えたり、仕切りや充電設備を用意したり、バックヤードのトイレにも同様に満室表示を導入したりと、可能な限り ES（従業員満足度）を高めることに尽力しています。社員一人ひとりの「好き」の応援にも力を入れています。これも、一人ひとり違っていい D&I の取組とつながります。もともと離職率が低い会社ですが、こうした積み重ねは小売業としての人手不足解消にもつながると考えています。当社を含めた丸井グループ全体としては「ビジネスを通じてあらゆる二項対立を乗り越える世界を創る」をビジョン 2050 として掲げていますが、それを目の前のお客さまや地域にどう伝えていくかが大切だと思っています。



日本アイ・ビー・エム株式会社

情報システムに関わる製品、サービスの提供
従業員数：非公表
<https://www.ibm.com/jp-ja/about>

株式会社丸井

小売・店舗事業、通信販売事業、専門店事業（PBの運営・開発）
従業員数：1,017 名（2024 年 3 月末時点）
<https://www.0101.co.jp/>



人事
ダイバーシティ & インクルージョン
鳥居 由起子さん



人事
ダイバーシティ & インクルージョン
香西 峰子さん



IBM Future Design Lab.
安田 麻友子さん



開発部
積木 麻美さん



店舗プロデュース部
金子 研一さん



開発部
西村 健一さん

公共の場を作る「人」の多様性

展示更新に向けたインクルーシブデザインワークショップ

常設展示リニューアルを控えた浜松科学館では、地元在住のリードユーザー4人を迎えたインクルーシブデザインワークショップを、ほぼ全職員の参加で2024年に2回実施した。どんな学びや変化があったのだろうか。

- ・ローカリティ（地域性）に根差して作る博物館
- ・多様な人が集う公共施設・公共空間のDEI
- ・インクルージョンの考え方の内面化



——どうしてインクルーシブデザインのワークショップを実施することになったのですか。

インクルーシブデザインに触れる直接のきっかけは、2023年12月、徳島県立博物館のインクルーシブデザインワークショップに参加させてもらったことでした。浜松科学館は公設民営の枠組みで運営していますが、常設展示のリニューアルにあたり、指定管理者であり、2019年のリニューアル展示を担当した乃村工藝社の本社チームの支援の下、現場で展示を運用している職員を中心に、地元企業や団体、設計事務所の方々と協力して展示更新プロジェクトを進めています。常設展示が、現在の浜松の特性や利用者の可能性を広げるものであるよう、公共の博物館として、よりローカリティにこだわって作る必要を感じたからです。



リードユーザーと行った館内のフィールドビジット

——リードユーザーとして、どんな方が参加されたのですか？

ワークショップに先立ち、NPO法人Collableの山田小百合さん（33頁）にレクチャーいただいて、浜松科学館のリードユー

ザーになってほしい人、つまり現在、館から「遠く」にいる人について話し合いました。身体的・心理的・社会的なバリアのためにアクセスできていないのは、どんな人たちなのか。例えば、浜松市には日系ブラジル人の方をはじめ、外国人住民が多いのですが、日常生活で互いに交流する機会は多くありません。こうした議論を経て、外国籍の方、視覚や聴覚に障害のある方、車椅子ユーザーの4名にご参加いただきました。

気をつけたのは、それぞれの障害の代表者であるかのような見方をしないことです。事前に視覚障害者の支援団体を訪ねたとき、「個人によって、見え方はそれぞれ」だと教えていただいたことも、私たちにとって大きな気づきでした。

リードユーザーは、継続的に協働していけるように、浜松在住の方をお願いしました。リードユーザーの皆さんを介して、その後も交流が広がっています。

——ワークショップではどんな学びがありましたか？

身近なところでは、サイエンスショー観覧の際に、車いすの方を前方に案内していましたが、後ろの方がむしろ見やすいと教えていただくなど、案内ひとつとっても固定観念に縛られていたことに気づきました。当日は、様々な発見や気づきがあり、模造紙にたくさんの付箋を貼りました。でも、本当に大切なのはその後の、職員一人ひとりの中で気づきが内面化されることであり、その段階までは、ワークショップ当日にはたどり着けません。

その意味では、後日実施した職員アンケートが有効でした。ですから、このワークショップでの成果というより、むしろここが始まりだと考えています。

——皆さんの中で、いまま変化が起り続けているようですね。



1985年開館。愛称は「みらいーら」

ええ、プロダクトを作るわけではなく、公共施設の運営というフィールドで、科学館の体験価値をいかに高めていけるかを考えている私たちにとって、一番大事なものは人的資本です。職員からボランティアまで、ともに科学館を作る人たちが、豊かな価値のバリエーションをもっていることが、新しい価値を生み出すと考えています。

ワークショップで展示のプロトタイプを作っていたとき、職員が何か提案したら、そのリードユーザーの方には手の麻痺もあるということで、話しながら何度も作り直すシーンがありました。端的なニーズを拾うのではなく、またエスノグラフィー的に観察するだけでなく、互いにやりとりを繰り返すことでしか生まれないものもあります。本音で話せる関係性を作ることが大切だと思います。

浜松科学館

教育普及活動（展示・プラネタリウム・各種ワークショップ）
職員数：常勤25名、非常勤11名（2024年9月時点）
設置者（所管課）：浜松市（創造都市・文化振興課）
指定管理者：乃村工藝社・SBSプロモーション共同事業体（2019年度～）
<https://www.mirai-ra.jp/>



統括責任者
神田 正彦さん



事業企画 G
マネージャー
加藤 香名子さん



経営管理 G
マネージャー
横田 誓子さん

「大きな食卓」を囲むフレーム設計

就労支援機能を備えた「バターのいとこ」製造工場

バターの製造過程でできる無脂肪乳の利活用から生まれた人気の那須銘菓・バターのいとこ。栃木県那須町の工場は就労支援施設であり、商業施設 GOOD NEWS の中核でもある。観光・農業に福祉を掛け合わせた観福農連携による産業や仕事づくりとは。

- ・サステナブルな農業・食・地域
- ・就労のハードルを下げる制度設計
- ・地域課題に観光・福祉・農業の掛け合わせで挑む



——東京駅や羽田空港で行列ができるスイーツ「バターのいとこ」は、酪農の課題である大量・安価なスキムミルク（無脂肪乳）の利活用から生まれたのですね。インクルーシブな雇用やサステナブルな地域経済の形を生み出していることも知り、驚きました。

いいんですよ、その順番で。当たり前においしくて、当たり前にかわいいお菓子を楽しんで、地域や社会や環境にいつの間にか貢献していたら、なおいいですね。

——障害のある人と一緒に働くようになった経緯を教えてください。

2018年の発売当初は、3坪の厨房で1～2人で作っていました。12時間働いて100箱300枚が限界で、開店してすぐ売り切れてしまう。スタッフが疲弊して辞めてしまい、地域の酪農に貢献しても、目の前の人が幸せでなければ整合性がないと、経営者として悩んでいました。機械で24時間製造するお土産菓子と違って、ほぼ手作りなんです、いまま。

同じ頃、経営する宿 Chus（チャウス）の清掃を、障害のある人に担当してもらおうとトライしたのですが、来たり来なかったりする人に、毎日決まった時間にこなしてもらうのは難しかった。そこで製造の仕事ならどうだろうと、就労継続支援A型事業所として刺し子のブランドTERASを宇都宮で運営する友人に相談したら、背中を押してくれたんです。

そして2019年、障害のある2人を含めた6人で、製造工場がスタートしました。朝から晩まで交代で働いていたのをやめて、1日4時間

だけにした。すると、みんな和気あいあいと楽しそうに働いてくれて、いい感じだったんですよ。映画『紅の豚』で、女の人たちがワイワイ飛行艇をつくるシーンみたいです。



地域の多様な人が働く製造工場

——素敵ですね！大変だったことは？

大変はずっと大変ですけど、いろんな人と一緒に働くための制度設計ができるまでは、特に悩みましたね。試しに1分単位のタイムカードを導入したら、お母さんたちにも好評で。ぼくたちは飲食店上がりなので、マルチタスクをそつなくこなす長時間労働が当たり前でしたけど、そうじゃない人とも一緒に働ける仕組みが、分業する製造業ならできたんです。「大きな食卓」と呼んでいます。外国人も障害のある人も、いろんな背景をもつ人たちが食を通じてつながっていくシーンを作りたいくて、もともと飲食店や宿をやってきました。障害のある人もない人も、この工場では、さほど生産性は変わりません。朝来るのがつらい、長時間労働がつらいといったことに関するフレームワークを設計すればよかったんです。タイムカードは、短時間だけ働きたいアーティストなどでも働ける仕組みを整えて

いた会社を参考にしました。

ほかのことも1つ1つ手探りです。使ってみて不便だった厨房の動線を入れ替えたり、暑い場所をなんとかしたり。普段は、LINEなどで連絡して、その都度シフトを調整しています。例えば、台風が来たら休みたい人が増えて製造量が落ちますが、台風が去ってから1.1倍作れば済む話。残業はしないので、その日の作業時間でできる量を計算する。月単位のKPIで製造するようにしています。



東京ドームほどの敷地に工場やショップが集まる商業施設 GOOD NEWS。森との共生がテーマ

——障害のある人はどれくらい働いておられるのですか。

いまは40人くらいですね。インクルーシブな職場の実現というよりは、地域課題に対するソリューションの1つだと思っています。那須町の人口は現在2万4000人ほどで、人口減少も労働力の減少も、もうすでに起きています。この地域では、全員必要なんですよ。

地域のことを考えるのに、農業のことだけ、観光のことだけではダメで、全体としてどう組み上げていくかを考えている。それこそ包括的にやっていく見立てが必要だと思います。



代表取締役
宮本 吾一さん

大きな屋根からめぐるケアの地域経済

春日台センターセンター

社会福祉法人愛川舜寿会が運営する地域共生文化拠点。高齢福祉サービス、障害福祉サービス、洗濯代行業、コインランドリー、コロッケスタンドなど多様な機能を持ち、地域の人々が集う。2023年の日本建築学会賞（作品）、同年のグッドデザイン賞金賞を受賞。

- ・境界を溶かし、多様な人を包み込む場所づくり
- ・ケアと経済合理性のバランス、公共とビジネスの境界
- ・地域課題を複合的に解きほぐす



——2022年のオープン以来、春日台センターセンター（以下、春日台）には国内外から6000人以上が視察に来たそうですね。

福祉関係、建築関係、行政をはじめ、商業施設やまちづくり関係者など多様な業界の方々が見に来てくれます。お話を聞くと、皆さん、ケアと経済合理性のバランスや、パブリックとビジネスの境界で悩んでいて、彼らの挑戦がそのヒントになっているようです。——普通、高齢者施設は中が見えませんが、ここは受付もなく、気軽に入れて驚きました。

建物の縦横に通路や土間が通っているので、奥まで見渡せるし、光や風も抜ける。ガラス張りですぐ外からもよく見える。空間自体に安心感がありますね。高齢者や障害のある人の日常が、地域の風景に溶け込んでほしいし、子どもたちの姿がそばにあることが高齢者のケアにもなる。同質な人ばかりで外と隔絶した空間はシーンとしちゃうので、なるべく多様な人がいてくれるように、いろんなところに窓やベンチなどの接続点を作っています。

朝から晩までいろんな人が来ますよ。午前中はお年寄り中心ですが、お昼過ぎには未就学児が、その後は小学生が集まり始めて、どんどんにぎやかになります。1階の小上がりで赤ちゃんを遊ばせる人もいるし、2階のコモンズルームでは中学・高校生が受験勉強したり、地域の人々が会合したり。コインランドリーには早朝から深夜まで灯りがついています。



洗濯文化研究所。コインランドリーにはWi-Fiや電源があり、洗濯を待ちながら仕事を片づける地域の人も。洗濯代行サービスでは障害のある人も働く

——障害のある人も多く働いています。

洗濯代行サービスは障害者就労継続支援A型で運営しています。家庭やお店から専用パッ

グに詰めた洗濯物をお預かりして、天然素材の洗剤で洗って乾かし、たたんでデリバリーする。企業や店舗のユニフォームやタオルは、お店の棚に合わせたサイズにたたむなど、繊細でクオリティの高い仕事です。障害のある人が、家庭やお店の課題解決をしながら、経済活動に参画しているわけです。

障害のあるスタッフたちから学ぶことも多くあります。例えば、車椅子のスタッフが日々施設内を行ったり来たりしているので、空間の使い方や課題がわかる。引き戸に苦勞していれば、子どもが駆け寄ってきて車いすを押してくれたりする。バリアフリーの観点からは自動ドアの方がよかったとしても、完璧に作り込んでしまわないことで、助け合う状況が生まれるんです。ケアは本来「気にかける」という意味ですからね。イチローが「データでがんじがらめになると、感性が消えていく」と語っていましたが、介護の場でも同じで、数値による決めつけや、上げ膳据え膳では自立支援にならないし職員の感性も磨かれない。



街の人がくつろぐ畳敷きの小上がり（左）と、自宅から通う高齢者が過ごす小規模多機能型居宅介護（右）。土間と吹き抜けが複数の機能をつなぐ

——ご高齢の方たちが来て、縁側に腰掛けておしゃべりを始めたのも印象的でした。

あの時間が彼女たちのニーズなんですよ。縁側がなければ、病院の待合室でおしゃべりしているんじゃないかな。健康寿命を延ばし、医療費を適正化するのに必要なのは、縁側かもしれません。当初はカフェを入れようと考えていましたが、「お客様用のベンチなので、ご遠慮いただけますか」などと、お金を払う人以外を排除しては本末転倒だと思い、コロッケスタンドとランドリーにカフェの機能をもたせました。



小規模多機能型居宅介護の一角。奥の小上がりやその先の縁側に放課後の子どもたちが集まる

——コロッケは注文を受けてから揚げるのですね。スタンドのお店では珍しいです。

少し時間はかかりますが、あつあつを食べる体験を買ってもらいたくて。レシピはスーパーで愛されていた精肉店から引き継ぎました。空間も制度も、極限まで余白を大きくすることで、公式な活動のわきで非公式なものが生まれるし、みんなの心が少しずつほぐれていく。複合型施設をどう効率的に回すか、ビジネスのうまみがどこにあるのか聞かれますが、焼き鳥と一緒に、肉と肉がくっついてる部分が一番うまいんですよ。あったかくて味がしみてて。

——この場所にはもともとスーパーマーケット「春日台センター」があったそうですね。

ほくも子どもの頃、友だちとよく来ていました。用がなくてもいられる、まちの暮らしの中心だったんです。閉店を知り、この場所をもう一度、地域の「中心（センター）」にすることができないかと考えて、事業者であるほくらと、設計を担当した建築家の金野千恵さんで、任意団体「あいかわ暮らしラボ」を立ち上げ、地域の老若男女でわいわい話し合

うところから始めました。若い人がコインランドリーに集うこのまちの文化や、外国籍の子どもたちの学習支援を行う「寺子屋」という活動については、それで知りました。まちにあるネットワークや活動を理解し、本当に必要なものを話し合うのに3年。オープンまでは6年半かかりました。

——地域の人とともに、活動を引き込む形でプログラムや建物を設計されたのですね。今後は、地域へ活動が広がる流れもありそうです。

すでに漏れ出しているかもしれません（笑）。センターの庭でマルシェや夏祭りもやるし、空き地でどんと焼きもやるし。高齢化を迎える郊外住宅地のモデルと言われることもありますが、場所づくりはご当地ものなので、地域の文化や特性、困りごとに合わせてコンテンツを作るのがいいですよ。介護も洗濯もコロッケも、昔は家の中で女性が担っていたケアの仕事です。生活のままならなさを地域で受けとめる時代に、どんな場所や事業があるといいのか。目の前の人から考えていきたいと思っています。

photographs © morinakayasuki

春日台センターセンター

認知症のある人が暮らすグループホーム、小規模多機能型居宅介護、障害者就労継続支援（A型：洗濯代行サービス、B型：コロッケスタンド）、障害のある子どもたちが通う放課後等デイサービス、多様な子どもたちの学習支援を行う寺子屋、コインランドリー、コモンズルームという多くの機能を備える、地域共生文化拠点

運営者：社会福祉法人愛川舜寿会

<https://aikawa-shunjukai.jp/kcc/>



理事長
馬場 拓也さん

12社の インタビュー から 見えてきた キー ポイント

“片手で簡単に計量できるポンプ型の洗剤容器は、
目が見えない人や、力が弱くて洗剤の計量に苦労
する生活者の声を聞きながら開発しました” 花王

“障害のある子とその家族がお出かけしづらい
ままでは、なかなか社会で可視化されない。そ
ういう部分をものづくりで変えていけるんじや
ないかって” Halu

“「医療的ケア児の子たちは、遊具で遊べるのか？」「安全性は？」
など、社内では心配の声が上がっていましたが、実際に検証に巻き込
んでしまうのが一番手取り早かったですね。ケアスタッフさんがダイ
ナミックに遊具を揺らす様子を「大丈夫？」とハラハラしていた社
員たちが、子どもたちの笑顔を見て「この子たちは遊べるんだ！」と、
ガラッと見方が変わった” ジャクエツ

イノベーションにつながる新たな視座

特定の人の困りごと解決に終始せず、より多くの人たちの価
値を生み出す態度が、新たなビジネス機会やイノベーション
の源泉になる。技術やアイデアなどの新たな知的財産を適切
に保護することで、社会全体のイノベーションが促進される。

“マイノリティのニーズを徹底して理解する次の段階で、そのイ
ンサイトをほかのマイノリティの市場に展開できないだろうかと
か、障害児のニーズが実は高齢者とも親和性があるんじゃないかと
か。重なる部分を探りながら展開可能性を検討していくステップが
あった方が広がるかなと思います” Halu

周囲の変化をもたらす製品づくり

障害（バリア）は人に存在するのではなく、社会の側に
存在するもの。インクルーシブデザインのプロセスで開
発された製品やサービスが世に出ることで、社会のバリ
アが減り、障害のある人となない人の距離が近づき、互い
の日常が溶け合う動きが生まれる。

“多様な人との対話を通じてともに商品・サー
ビスを開発し、社会のバリアを減らしていく
のが、コクヨらしいダイバーシティ&インク
ルージョン&イノベーションの形” コクヨ

“リードユーザーとして迎えるときに、その人を
その障害の代表のように見ないよう気をつけまし
た。何が障害（障壁）なのかは、人によって違う
という気づきからです” 浜松科学館

前提を疑い「当たり前」を更新する

自分、自社、自国において前提とされていることは、状況が異な
れば必ずしも当てはまらない。多様な人と対話し、ともに作るプ
ロセスの中でアンコンシャスバイアス（無意識の前提）に気づき、
「当たり前」を更新し続けることが、寛容でイノベティブな企
業文化の醸成において必要な態度である。

“障害のある人のために1分単位のタイム
カードを取り入れてみたら、子育て中
のお母さんたちにも好評だったんですね”
GOOD NEWS

展開可能性を考える

特定の人のニーズをもとに開発された製品やサービスが、既存の
自社のユーザーを拡大し、新たな市場形成の契機になる可能性が
ある。働き方にも同じ視点が適用でき、ある人に寄り添った制度
設計が、ほかの人々の労働環境をも改善するかもしれない。

“ステップアップする方もいますし、週1・
週2など、その方に合った働き方で就業の継
続を選択される方も。フルタイム勤務が一律
のゴールではなく、目標の持ち方も多様です”
ソフトバンク

一人ひとりの特性や状況、 希望に合わせた働き方

自分の能力を発揮して挑戦したい人、長く続けられるやり
方で、社会に参加していきたい人。それぞれが幸せな働き方
を模索する時代に、心身の状況や家庭の事情、個人の希望
に合わせて働ける仕組みを用意して、多様な人の力をいか
す企業が増えている。風通しのいい組織文化を醸成し、人
材を確保する。人口減少社会の企業活動としても意義深い。

“この障害だったらこの仕事が向いているという考え方は
しません。誰もが自分らしくいられて、能力を発揮し、成
長できる職場でありたい。自分がパフォーマンスを出せる
ところで仕事ができることが大切です” 日本IBM

“社内のインクルーシブ研修に出た人からは「もう特例子会社の
人たちと一緒に働けばいい」っていう声がすごく多くて。あ
る部分が苦手かもしれないけど、ある部分はものすごく特徴的
に上手。互いに補い合いながら働いた方がもっと自分たちの目
指すグループの姿が伝わるんじゃないの？って” 丸井

多様な人がかかわり合うプロセスの設計

多様な人が最初から最後までかかわるプロセスは、マジョ
リティの思い込みを外し、新たな視点の獲得につながる。
その際には、参加した人全員の意見がきちんと俎上にあ
げられるような対話の方法や配慮が求められる。

“思い込みの排除がインクルーシブデザインの大切なと
ころ。「当たり前」に疑問をもち、問い続けていきたい
です” DNP コミュニケーションデザイン

“プロセス全体に携わり、ともに意思決定し、共同責
任をもつことが大事だと思っています。単にヒアリン
グ対象者として扱われると、「障害者」や「高齢者」と
いうフィルターを通さないと発言してはならないよう
な状況にもなり、これでは人をカテゴリで判断する見
方が変わることはありません” SOLIT!

境界を溶かしていく

「健常者」と「障害者」という境界を引くことで、見えなくなってい
く互いの共通点や、それぞれの個性がある。“○○のために”と思う気
持ちが、かえって分断を生むこともある。分けることで、分かり合え
なくなっていないか。今回お話を聞いた複数の企業が、社会の中にあ
るいろいろな境界を少しずつ溶かし、人と人とがもっと自然に、豊か
につながり合うための製品や仕組み、場所づくりに挑戦している。

寛容な社内カルチャーの醸成

多様な人とともに働くことで、新たな視点が生まれたり、
寛容性が高まったりする。一人ひとりが得意なことを生
かして心地よく働くための配慮は、誰もが働きやすい環
境づくりにつながっていく。

“なるべく多様な人がそこにいてくれるように、接続
点をたくさん作っているんです。空間の余白を極限ま
で大きくすることで、主事業のわきで発生するいろん
な営みを受け止められる。みんなの心が少しずつほ
けていく” 春日台センターセンター

インクルーシブデザインの プロトタイピングに挑戦

株式会社 SING × 工房まる



インクルーシブデザインに取り組んだら、何が起こるのでしょうか？ 何から始めたらいいのでしょうか？ この章では、初めてインクルーシブデザインに取り組む企業と一緒に、実際のワークショップを企画・実施。発見に満ちたデザインプロセスの一部始終をお届けします。

ダイバーシティ経営

経済産業省では、「ダイバーシティ経営」を推進しています。

ダイバーシティ経営とは、性別、年齢、人種や国籍、障害の有無、価値観だけでなく、キャリアや経験、働き方なども含めた一人ひとりの多様性を生かし、その能力や特性を最大限引き出すことで、持続的に付加価値を生み出し続ける経営のことです。

誰もが意思やビジョンを追求でき、能力が最大限に発揮される、柔軟で強い経済を目指し、様々な施策を推進しています。

企業の皆さまに向けて、「ダイバーシティ・コンパス」、「中小企業のためのダイバーシティ経営」、「ダイバーシティ経営診断ツール」などのレポートやツールを公表していますので、ぜひご参照ください。

🔍 | ダイバーシティ経営 経済産業省

DIVERSITY COMPASS

ダイバーシティコンパス





インクルーシブデザインの プロトタイピングに挑戦

12社の取組を聞く第1章に続き、第2章は実践編です。

企業とリードユーザーにご協力をいただき、インクルーシブデザインのワークショップを企画・実施し、その模様をお伝えしていきます。

いろんな人と考えてみる

ワークショップの設計に際しては、12社へのインタビューから見えてきたインサイトや、実践のヒントを盛り込みました。一連のプロセスをお伝えするとともに、その場の雰囲気を感じていただけるように、実際の会話やシーンを交えてお届けします。企業が取り組むインクルーシブデザインの最終目標に「新製品の開発による新規市場の開拓」を置くならば、本ワークショップは、そこに向けたデザインプロセスの第一歩。初めて出会う参加者たちが一緒に目指す共通のゴールを、「新たな製品アイデアを生み出すこと」と置きました。

リードユーザー、そして年齢も属性も様々なメンバーが集い、会話を重ね、丁寧に関係性を紡ぎながら、アイデアを膨らませ、プロトタイピングしていきます。プロセスをしっかりと構築し、多様な人がともに作る時間の中で、これまでにない視点が得られるはずです。その過程で発生する大小様々な発見も、こまめに記録し、インサイトを抽出することで、企業にとって大きな財産になります。

今回、この企画に賛同し、インクルーシブデザインの一歩目とともに踏み出してくださった企業は、福岡県にあるシリコンゴムメーカー・株式会社 SING。

そして、福岡市内に3ヶ所のアトリエを有する特定非営利活動法人 工房まるのメンバーが、リードユーザーとして参加してくださいました。



障害のある方が所属する福祉事業所に、素材の計量など製造工程の一部を担っていただいたりはしているのですが、リードユーザーとして企画の最初のプロセスから入っていただくのは初めてです。どんな新しいアイデアが生まれるのか、とても楽しみです！



特定非営利活動法人 工房まる

1997年、福岡市南区にて無認可の福祉作業所としてスタート。2007年に運営母体をNPO法人化。現在は障害のある約50名のメンバーが、3つのアトリエを拠点に絵画や陶芸など創作を中心に活動している。“時間・空間・仲間”の3つの「間」づくりを掲げ、モノづくりを通して街や社会と繋がり、関係性を育んでいる。フィロソフィーは「ひとりひとり、いろいろで、まる。」



株式会社 SING

合成ゴム製の工業用部品の生産で培った技術、知識、経験を生かして2011年に設立。耐熱性・耐腐食性・生体親和性などの特色をもつシリコンゴムに特化し、医療、理化学、食品、エネルギーまで幅広い産業分野と連携。福岡県太宰府市の竈門（かまど）神社の参道で営む工房とショールームを兼ねた cafe Si では、食器や雑貨などエンドユーザー向けの商品を手にとれる。



事前準備

テーマはどうする？



シリコンゴムは重たい素材なので、まずは机の上に置いて使えるサイズのものから考えてみるとやりやすそう。

日用品とか、文房具とか？



そうそう、絵や工芸の道具とか。テーマは仮に「新しい日用品のアイデア」にしましょうか。

リードユーザーはだれにお願いする？



障害のある人が絵画や陶芸のアーティストとして活動する「工房まる」のメンバーと、制作に使う道具を作っても面白そう！まるの皆さん、どうですか？

楽しそうですね！日常生活の道具と制作に使う道具を当日持ってきていますね！

「ご飯を食べるときスプーンがうまくつかえないんですよ」

「持つのがおもしろいですが、カップ麺をすすって食べたい!!」

「落ちても割れない、軽すぎない食器がほしいです！」

チーム編成

知財専門家

大学教員 / 弁理士として知財化を支援する専門家が参加

SING

代表、デザイナー、スタッフの計4名が参加

グラフィックレコーダー

各回1名、のべ2名の方に、臨場感あふれるグラフィックレコーディングを担当いただいた

工房まる

3名のメンバーと2名のスタッフの計5名が参加。メンバーは普段、絵を描いたり、陶芸作品をつくったりしている

工房が併設された cafe Si には「ものづくりの空気」が漂います

ワークショップ中「そういえばこんなものも試作したことがあったよ」と、工房から過去の試作品も登場

絵筆や、筆を持ちやすくするためのタオルやブラコップなど、日常生活や制作で使っている道具を持ってきてもらいました

アイスブレイク「絵文字 de 自己紹介」のカード。さて、皆さんどんなカードを選んだのでしょうか……？

Re:public

本書の制作メンバーから6名が参加。ワークショップ企画運営と当日のファシリテーションを担当。わくわくとどきどきが半分くらい

経済産業省 九州経済産業局

5名が参加。インクルーシブデザインのワークショップへの参加は初めてのメンバーも

1 アイスブレイク「絵文字 de 自己紹介」

用意された絵文字カードから、自分のことや今日の気分にあうものを選んで話してみましょう！

アイスブレイクのあとは
いよいよ本編スタート！



第1回ワークショップ

課題設定とアイデア創出

可能性と情熱を感じるアイデアを
SINGの皆さんが選定しプロトタイプを続行

幕あい
(約1ヶ月)

第2回ワークショップ

プロトタイプの改善

2 SINGの紹介

会社の歩み、素材や技術、
今回挑戦したいことを共有



1 アイデアで実現したいことを考える

アイデアに紐づく体験から、「その製品によって
何を表現できるといいか」を考え直す



3 製品との出会いを考える

お店で？ SNS で？ 製品とユーザーとの出会いを、
届けたい価値やメッセージと合わせて想像する



3 体験ペタペタワーク

生活の場面を再現し、体験しながら
共通の困りごとを考えてみる



4 クイックプロトタイピング

「こうなったらいいな」をベースに、
紙粘土でアイデアを形にしてみる



アイデアの選定・プロトタイプ続行 (約1ヶ月)

アイデアを眺めただけで、技術的に可能なもの、
やってみたいものを選び、プロトタイプを制作する



5 利用シーンを考える

誰がどこでどんな時にその道具を
つかうのか、状況を考えて発表



4 振り返り

このWSを通じてそれぞれが感じたこと、
発見したこと、変わったことなどを共有する



ワークショップを終えて



ワークショップに参加してくださったみなさんの声



柳田さん
リードユーザー
工房まる メンバー

シリコン素材の硬さ・柔らかさ、大きさ・小ささ、落としても割れない強度など、多機能性に驚かされました。今後私が生活していくうえで、自分のできなかったことができるようになると、今よりも自由度が上がって道具や体の自己管理がしやすくなると思いました。どんな製品ができるか楽しみです。



中野さん
SING 代表取締役

インクルーシブデザインという言葉さえ知らなかったのですが、今回ワークショップに参加して今後の商品開発、会社の方向性が見えてきたような気がします。シリコンゴムで色々な展開を考える中でインクルーシブデザインを意識した取組がそう遠くない未来にSINGで起こりそうな気がします。このような機会をいただきありがとうございます。



柴田さん
リードユーザー
工房まる メンバー

今まで自分がやってみたかったこと、できなかったことが、SINGさんをはじめみなさんのアイデアで表現できているのが素晴らしいと思いました。シリコンの中に金属を入れて形状記憶できるようにするアイデアなど、みなさんの思いつきで道具が進化していく様子に驚きました。何より参加されていたみなさんとの交流が嬉しかったです。また機会があれば参加したいです。



内山さん
SING デザイナー

「やりたい」を諦めないためのツールが、機能とデザインが相まって、当事者に限らない多くの人の日常をより豊かにしていくことを、とても魅力的に感じています。障害のあるメンバーにとっては、できないことや不便さが当たり前になりすぎて、意外と本人たちは日常の困りごとにピンとこない様子でしたし、支援する私たちも、それに慣れてしまっていることに気づかされました。そこを丁寧に見つめ直すと、いろいろなアイデアの種がありそうです。



池永さん
工房まる スタッフ

例えば手先などに麻痺がある利用者さんが本を読みたいとき、これまでの私の経験の中では、マンパワーで解決しようとしていました。しかし今回のWSは「プロダクトデザインでどうクリアしていけるか?」といった視点で利用者さんの困りごとを乗り越えていく試み。福祉の現場にいて知らず知らずのうちに手を貸すのが当たり前になっていった自分に気づくことができました。



上條先生
弁理士・九州工業
大学特任教授

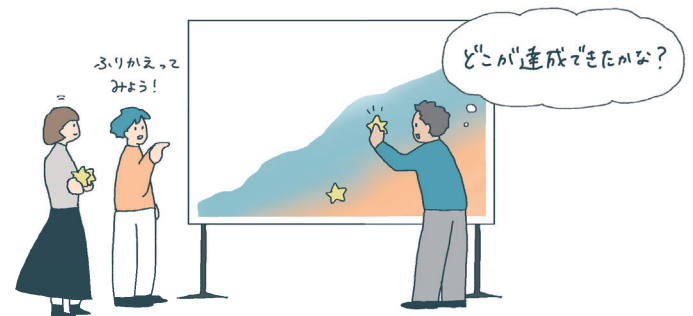
議論が白熱してくると、テンポがあがる参加者たち。ふと周りを見渡して、状況を思い返してみると、ゆっくりと考えてから発言したい人や、ワークショップにあまり慣れていない方を置いていってしまうような展開もあったかもしれません。いろいろな立場や経験、心身の状態の人が参加するワークショップなので、みんなが自然と気配りし合えるような仕組みがあったらもっとよかったのかも? その場をともにするメンバーの声を確実に拾いながら、話題やアイデアを楽しく重ねていけるような場の設計について、引き続き考えていきたいです。



運営

今回のワークショップの成果

2-3 頁の図「経営戦略としてのインクルーシブデザイン」を参照しながら、今回のワークショップで得られた成果をチェック。# 自己開示 # コミュニケーション活性化 などの目に見える変化から、# 視点転換、# 共創力向上 といった内的変化の兆しまで、様々な変化が起きました。こうした取組を継続していくと、# 多様な人材の活躍、# 地域コミュニティの形成 など、自社のスコープの拡大も予感されます。インクルーシブデザインは、多様な人とともに作ることで、みずからの視点や従来のビジネスを捉え直す実践。積み重ねていくことで、企業競争力の強化につながっていくことが期待されます。



★参加者の関係性の深化

ツールも活用しながら普段とは違う話題や作業を共有することで、個人の多様な側面が見出され、関係性が深まった。

自己開示 # コミュニケーション活性化

チームビルディング

★新しい視点の獲得

これまでは製品を中心に考えていたが、手指に装着して使うなど、身体との関係を見る視点は「目からウロコ」。参加者とのコミュニケーションが、新たな発想力につながった。

視点転換 # 発想力・洞察力向上

★新しいユーザーへの視座

リードユーザーの願望やニーズを起点に、参加者の多様な経験や発想を重ね合わせることで、新商品のアイデアが出てきた。

アクセシビリティ向上 # 共創力向上 # 新市場形成

★リードユーザーとの関係性の構築

お互いにドキドキしながら対話が始まったが、自己開示を意識した対話、ともに作る経験を通じて、障害や属性にとらわれず相手個人を見て話す姿勢に変化し、今後も一緒に共創できそうな関係性が生まれた。

視点転換 # ニーズの深掘り

インクルーシブデザイン はじめの一歩



いかがでしたか?

インクルーシブデザインの出発点は、多様な人と人の豊かなかかりです。経験すると確実に視座が変わります。1度や2度のワークショップでイノベーションが起き、新製品が誕生するとは限りませんが、ワークショップに参加した人は、テーマに掲げた製品やサービスの開発にとどまらず、日常にも様々な気づきが増えるはずです。

多様な人とともにこれからのビジネスを作っていく第一歩として、まずは同僚など、身の回りにいる人を知ることから始めてみてはどうでしょうか。仕事以外での顔、個人的なパッション、将来の夢、意外な性格などをお互いを知ることで、関係性もおそらく変わっていくでしょう。自分の鎧を脱ぎ、誰かに対する思い込みを外すことが、インクルーシブデザインの端緒になるのです。

紆余曲折に満ちたインクルーシブデザインのプロセス。

この道のりにおける様々な発見を楽しみながら、ビジネスをアップデートしていきましょう。

「ために」から「ともに」のデザインへ

塩瀬 隆之 x 水野 大二郎 x 山田 小百合

インクルーシブデザインが日本に紹介されてから、およそ 20 年。その間、デザインの現場ではどのように受け入れられてきたのでしょうか？そして、社会における人々のつながり方について、どのような示唆や変化をもたらしてきたのでしょうか？この章では3人の有識者とその流れを辿り、複雑化する社会の中でインクルーシブデザインが今後リーチできそうな課題や領域について語り合いました。

認知症領域における 当事者参画型開発

経済産業省では、認知症施策の一環として「当事者参画型開発」を推進しています。

認知症の人が企業の開発プロセスに「参画」し、企業とともに新しい価値を「共創」することで、共生社会の実現に資する質の高いソリューションが生まれます。

この枠組みを「オレンジノベーション・プロジェクト」と名付け、多様な製品・サービス開発を後押ししています。

企業の皆さまに向けて、「当事者参画型開発の手引き」などを公表していますので、ぜひご参照ください。

認知症当事者参画型開発 経済産業省



「ために」から「ともに」のデザインへ

仕事・組織・社会にインクルーシブデザインがひらく可能性

田村 今日、日本国内のインクルーシブデザインを牽引してきた塩瀬さん、水野さんと、NPO 法人 Collable の代表として企業や施設の DEI* 推進に携わる山田さんに集まっていた。研究と実践を重ねてきたお三方に、インクルーシブデザインが企業や組織から注目を集めるようになった経緯や、その実践を通じてどんなことが期待できるのかについてお話しいただきたいと思います。

はじめに、皆さんとインクルーシブデザインとの出会いについて教えてください。

山田 兄と弟に重度の知的障害と自閉症があり、その真中で、障害のある人とそのほかの狭間をゆらゆら揺れ動きながら育ってきたからか、「はざま」にずっと興味がありました。

インクルーシブデザインとの出会いは、大学院に入った 2011 年でした。障害の有無にかかわらず、ともに学ぶことを学習環境デザインの視点から捉えようとして、東京大学の山内祐平先生の研究室で学んでいて、山内先生に塩瀬先生をご紹介いただいたのが最初のきっかけです。その後、塩瀬先生のワークショップのお手伝いを何度かさせていただきながら学びました。大学院修了後の 2013 年に NPO 法人 Collable を設立し、11 年間、

インクルーシブデザイン的なアプローチ 1 本でやってきました。創業期はインクルーシブデザインの話をして誰も知らないし、聞いてもらえませんでした。すっかり変わったように思います。

水野 英国ロイヤル・カレッジ・オブ・アート（RCA）* の修士課程にいた 2002 年に、ヘレンハムリンセンター・フォー・デザイン（HHCD） * 主催の学内コンテストに参加したのが最初で、自分たちの問題を自ら解決するデジタルファブリケーションのような民主的な手法や、サーキュラーデザインなどと合わせて探求してきました。

2018 年に、妻が末期がんで亡くなったのがもうひとつ、大きな転機になりました。看病と仕事と、当時 1 歳の子どもの育児をひとりで担い、複数の行政サービスや制度も使って暮らしをデザインする当事者として、これは製品、ましてやサービスの次元ではなく、システム的な問題だと実感したんです。そこからインクルーシブを広義に捉えるようになりました。

塩瀬 ぼくはインクルーシブデザインという言葉に先駆けて、障害のある人の生きる場づくりに取り組まれてきた、奈良県にある「たんぼぼの家 *」の前理事長、播磨靖夫さんとの出会いがありました。それから、

ロンドンの HHCD を見て「我々が考えていたのはあれではないか？」ということで、2004 年、その中心だったジュリア・カセム * さんと平井康之 * さんから話を聞きました。ジュリアさんたちは当時、デザイナーがインスピレーションを得る手段としてもインクルーシブデザインを扱っていたように感じましたが、ぼくは「**障害の有無を超えて異なるセクターの人が一緒にモノやサービスを作るためのコミュニケーションツール**」と捉えられる装置なんだと思いました。以来、専門である工学の側面から何かできないかと、当時は毎月のようにワークショップを開催していました。

個別具体から考える

田村 2010 年に、たんぼぼの家主催のフォーラム「インクルーシブデザイン・ナウ」が東京で開かれました。翌 2011 年には同名の展覧会が京都大学総合博物館で開催され、翌年は東京大学にも巡回しました。その頃、ぼくは初学者として、インクルーシブデザインを**イノベーションを生み出す手段**と捉えていましたが、すでに一般的だったユニバーサルデザインと共通する「誰もが使いやすいもの」という面が前面に出ていたようにも感じました。皆さんはどうでしたか。



Yamada Sayuri
山田 小百合
特定非営利活動法人
Collable 代表理事



Mizuno Daijiro
水野 大二郎
京都工芸繊維大学
教授



Shiose Takayuki
塩瀬 隆之
京都大学 総合博物館
准教授

塩瀬 ユニバーサルデザインは、多くの人の共通項を合わせた平均的なペルソナに向けたものですが、水野さんたちはその頃から、目の前の個人の些細な言葉をすごく大事にしていましたよね。インクルーシブデザインではそこが肝心。

2011 年の展覧会で発表した、水野さんや dot architects の家成俊勝さんらとの共同研究「尊厳のためのデザインリサーチ」では、医療や介護などの現場でケアを利用する人、ケアに従事する人たちのモノや環境、仕組みなどのデザインについて、1 年にわたる調査を行いました。たんぼぼの家の建築模型に黒板塗料を塗って、施設で働くスタッフにチョークを渡して、動線や何気ない普段の気持ちを書き込んでもらうなど、かしこまったインタビューでは聞けない思いを引き出す工夫がたくさんありました。それから 10 年以上の間に、個が大事という価値観が高まり、ライフログデータを取ったり AI で分析したりといった、個人のちょっとしたことを拾う技術も追いつてきました。

多様性を包み込むテクノロジー

水野 2010 年代には、デザイン思考やインクルーシブデザインなど個別具体から考える行為が広まる一方

で、「統計学こそ最強、データとエビデンスで説得」という流れも強まって、その間で揺れてきた。塩瀬さんがおっしゃるように、**凸凹なままでの事業化やサービスの提供、リアルタイムでの定量的・定性的な価値の掛け合わせができるといった技術的条件**が整ってきたことが、現在の DEI やインクルーシブデザインを後押ししているように思います。

塩瀬 1 社ずつではなく、日本の企業文化にデザイン思考やインクルーシブデザインを届けていかなければと考えて、2012 年から 14 年には経済産業省に在籍しました。その後ふたたび大学に戻り、美術館・博物館などのデザインに向かいます。ミュージアムは、地元以外の人も来る公共領域の最前線といえる場所ですので、そこが排他的だったら、まちそのものが排他的に見えてしまう。山田さんと一緒に携わった徳島県立博物館の常設展示リニューアル（2019 年～2020 年）を皮切りに、ミュージアムの改修にインクルーシブデザインの視点を取り入れる事例が増えていきました。

山田 私が学び始めた 2011 年頃は、インクルーシブという言葉自体は、デザインより学校教育（インクルーシブ教育）の分野で活用されるこ



司会
Tamura Hiroshi
田村 大
株式会社リ・パブリック
Co-CEO

*DEI（ディー・イー・アイ）：Diversity（多様性）、Equity（公平性）、Inclusion（包括性）の頭文字からなる略称。

*ロイヤル・カレッジ・オブ・アート：英国ロンドンにある王立芸術大学院大学、通称 RCA。アート・デザイン領域における世界トップの教育機関。インクルーシブデザインという言葉は RCA のロジャー・コールマン教授が 1994 年に提唱した。

*ヘレンハムリンセンター・フォー・デザイン（HHCD）：RCA に 1999 年に設置された、インクルーシブデザインの代表的研究機関。

*たんぼぼの家：社会福祉法人わたぼうしの会、一般財団法人たんぼぼの家、奈良たんぼぼの家の 3 組織から成る団体。アートとケアの視点から、半世紀以上にわたりソーシャル・インクルージョンにまつわる活動を行ってきた。前理事長の播磨靖夫氏は「エイブル・アート・ムーブメント（可能性の芸術運動）」を提唱し、障害のある人による芸術表現活動隆盛の礎を築いた。

*ジュリア・カセム（Julia CASSIM）：2000 年から HHCD にてチャレンジワークショップを実施。日英両国でデザイン教育に携わり、特にインクルーシブデザインの領域で多くの実績を残した。

*平井康之：九州大学大学院芸術工学研究院教授。英 RCA 留学、デザイン思考で知られる米 IDEO 勤務を経て現職。インクルーシブデザインに関する国内の第一人者。

*リードユーザー：インクルーシブデザインにおいてプロセスの初期段階から参画し、気づきを導く役割を担う、障害のある人や高齢者など従来はデザインのメインターゲットとなっていなかった多様なユーザー。

とが多かったと思います。同時期にワークショップ研究が盛んになる中で、インクルーシブデザイン自体がワークショップ的手法ということもあり、徐々に市民権を得てきた印象です。

私がそこで気になったのは、障害のある人たちがリードユーザー*として参加するときに、対等な対話をどう作っていくかという点です。中には、「目の見えない人と話をしたことがない」人もいて、その場に参加する人たちにとって初めての経験となる場合が多いです。そんなとき、参加者と参加者の間に共通のテーマを置くことで、それが対話のクッションの役割を果たしてくれる。障害の有無にかかわらず、異なる文化に対応する力を高めるためにも、インクルーシブデザインはいい学習機会になると感じています。

は「巻き込みつつ巻き込まれている」状況で、ぴったりくる語は日本語にない。同質でないと村八分的に排除されがちなこの社会に、この新しい概念を定着させなければと思っています。ぼくがこのことを実感したのは、見えていない人と一緒に美術鑑賞をした後。こんなに絵を深く見せてもらった経験は初めてで、自然に「ありがとうございました」という言葉が出てきました。

デザイナーたちも最初は「やってあげる」意識で参加しますが、いろんな人を排除してもものを作ってしまったことや、自分たち自身が社会に入れていなかったことに気づいて、社会参加の仕方が変わる。「ために」から「ともに」へ、ものづくりの方法が変わっていくんです。

水野 デザインの歴史の中でも、デザインする側の一方的なデザインの押しつけが問題視され、1980年代以降、ユーザーを巻き込んでデザインすることで生活世界への理解を深めるユーザーセンタードデザインの動きが発展してきました。とはいえ結果として状況はそこまで変わらず、よかれと思ってデザインした世界に人間がデザインし返されている。現在ではユーザー理解は前提としつつもさらにその先へ、つまり自分たち自身をもデザインし直す方向に向かっているのだと思います。

山田 インクルーシブデザインという新しい手法を一度やってみたいとい

うニーズもわかる。しかし、たった一度の取組で大きな変化は生み出せません。初めて挑戦する企業の方には、次の機会を考えてますか？ 他のところでどう生かしますか？ と、蒔かれた種が育ち続けられるよう、継続して考えてほしいとお伝えしています。

巻き込みつつ巻き込まれる

田村 インクルーシブデザインの手法で、ステークホルダーやプロセスの変化を実感する一方で、リードユーザーを都合よく利用してしまうことを危惧する声もあります。今回インタビューした SOLIT! の田中さんもそんな危機感を抱いておられました。

水野 社会包摂を掲げて、その実、当事者を消費してしまうことは大きなリスク。なるべく対等な場を作ること大前提として、そのうえで今日、巻き込む側、デザインする側の立場も不安定で、みんながいわば忖度し合う存在になっている。こんな状況でどのように個々をつなぎとめ、同じ目的に向かっていけるのか。

塩瀬 巻き込みつつ巻き込まれるときに、ギブとテイクの角度は、ちょっとズレるんですよね。商品開発に協力したとしても、すぐに大きな対価として返ってくるわけではない。対称じゃないんです。あとは、ユーザー参加型デザインというと、自社にとって都合のいいユー

ザーを無意識に想定しがちですが、使わない人、使えない人、使おうと思わない人までを巻き込もうとすると、自社の視野を広げる変革のきっかけになる。

田村 ほら穴の中にリードユーザーを巻き込もうとするのでなく、ほら穴から出るためにリードユーザーが助けてくれるんですね。

山田 プロダクト開発だけを目的にしていると、リードユーザーをお客さんとして企業の現場に迎えて、ユーザー調査の延長のような形で終わってしまうことも多く見られるので、場の中に入りたい気持ちで企業側が態度変容することが大事です。加えて、そこで得た気づきをどんな人に届けたいのか、社会の中でどうありたいのか発信することで、対等性も育まれやすいことをファシリテーションの現場で感じています。Collable では、協業に必要とする知識や振る舞いをリードユーザーが学ぶ講座も実施していて、修了者は認定リードユーザーとして活動の場を広げています。

塩瀬 パワーバランスを崩す仕掛けは、どちらの側にも必要ですよね。全員アイマスクして見えない人からお弁当の食べ方を教わるとか。インクルーシブデザインという言葉を目にする機会は増えてきたけれど、会議の場に、女性と障害のある人と外国人、3つの席を足したら OK みたいな話ではない。インクルーシブデザインって、い

ろんな人が同じ舟に乗る練習みたいなものだと思うんです。リードユーザーにとっては、新しい舟に乗る機会でもある。自分の経験を話す練習を積むことで、それを生かして、社会経済に参加することができ。風穴をいろんな方向に開けて、どっち向きに誰が入ってきてもいい社会づくりを、学校教育や社会教育、美術館・博物館の中で仕掛けていきたいです。

山田 Collable には電動車椅子ユーザーの学生職員がいるんですが、リードユーザーではなく、ファシリテーターや運営者の立場で打ち合わせや現場に入ってもらうことがあります。障害者=リードユーザーという方程式を崩していくために、最近、あえて見せつけに行っています。

塩瀬 徳島県立博物館のリニューアルが終わった後も、協力してくれたリードユーザーに職員が電話して、別の展示について相談することがあったと聞いて、その関係性が一番の成果だなと率直に嬉しかったです。多くの人が誤解していますが、障害がある人同士も、互いに簡単に理解し合えるわけではなくて、例えば、見えない人は聞こえない人のことを知らない。自分たちが引いていた境界線が無意味だったと知る経験がデザイナーには不可欠で、「あの人だったらどう思うかな？」と思い浮かぶ先が増えると、デザインの仕方を変える基盤ができていくんです。

水野 ここではインクルーシブデザイン=障害対応をメインに話していますが、障害対応は社会包摂の一側面にしかすぎない、という点は認識しておきたいと思います。例えば地域における過疎化、少子化、外国人労働者や技能実習生の問題も、「世界観の違う人たちと関係性をいかに編み直すか」という根っこは同じです。もっと言うと、人間以外の存在をどう考えるのか。例えば「北海道の街中にクマが出た」という事件の背景には、気候変動、土地開発、生物多様性を含む森林の環境変化、産業構造の変化に住民の高齢化まで、レイヤーの異なる問題が絡み合っています。人間社会の「外界」をどこまでインクルードしてこれからの社会を作っていくのか、これは省庁や官民を超えた視点で捉える必要があるように思います。

田村 サーキュラーデザインとも呼ばれる領域につながりますね。

水野 人間と外界とのタッチポイントをデザインするにも、あまりに複雑で、広大で、間接的で、よくわからないのに考慮しないといけないのが、現代の問題。抽象度高めの課題を捉えてアクションするうえで、「他人の靴を履く」ような、自分の世界観を相対化する学習体験はやはり重要だなと思います。様々な要因をどう線で結び、関係性を作るかに、ビジネスチャンスもあるはずですよ。

田村 専門家による特権的なプロセスから、様々なステークホルダーがかわりを生み出していく、開かれたデザインプロセスがいまや必然ですね。

最後に、今後、皆さんがやっていきたいことを聞かせてください。

多様な人がひとつの舟に乗る

山田 障害のある方とお話しするのが初めてという方たちに伴走する機会も多いのですが、みんな自分の舟すら危ういの、他者の舟に乗るのは不安ですね。だからこそ、インクルーシブデザインを学習機会として取り入れる意味があるし、実際、「やってみたらそれほど不安なことではなかった」という反応をもらいます。障害に限らずそれぞれ生きづらさを抱え、隣の人とわかり合うのすら難しい状況で、多様性を受容する土壌を足元でしっかり耕していけば、水野先生がおっしゃる「人間以外」の領域にタッチできる人も増えると思います。リードユーザーになる側の人たちにとっては、面白いことができて、対価ももらえる反面、障害者性を消費されてしまう危険と隣り合わせでもあります。**社会貢献に満足せず、社会参画の機会として、マイノリティ性のある立場から、自分と異なる他者とどうかかわるか、互いの学習機会をいかに作っていくか**を、私は現場目線でしたたかにやっていきたいと思っています。

水野 塩瀬さんがおっしゃったように「同じ舟に乗る練習」をちゃんとやりましょうということなのかもしれません。リードユーザーと呼ばれる人たちを消費することなく、カタリスト（触媒）として迎えて、誰もが何らかのマイノリティ性を持っていることに気づく。

インクルーシブデザインは、包摂する／されるというよりは、**組織そのものが自律的に生まれ変わる機会だ**と思います。自分たちで**組織の文化をデザインし直す中で、違う視点が得られ、様々な問題に対応する柔軟な構えができる**。構えの型が1つしかない時に比べて、自分たちで何とかする力が上がっていくはずです。

塩瀬 以前、ぼくらが子どもたちと取り組んだ「宇宙方舟」というワークショップでは、宇宙に連れていきたい動物を子どもたちに選んでもらいます。最初はパンダとかキリンとかかわいさ重視で選ぶんですけど、用意されたアクシデントカードにより宇宙空間で食糧が足りなくなる場面を経験してからもう一度募集すると、牛、豚、羊、ニワトリとまるで精肉店の品揃えのようになる。ぼくらは生物多様性を見ているつもりで、実は人間に都合のいい、「多様性の手前」で境界を引いてしまっているんです。インクルーシブデザインって、この**境界の引き直しそのもの**だと思っています。ぼくはシステム工学の立場から、現状のシステムが生み出した境界の外側に何かあるのではと疑ったり、もっとよく動くよ

うに工夫したりしています。インクルーシブデザインを手段として使いこなせると、視野が広がり、ボキャブラリーが増える。

田村 「リード」ユーザーという用語の語感が、ちょっと誤解を生む面もあるのかも？

塩瀬 新製品のアイデアやインスピレーションばかりではなく、**私たちの社会参加のあり方をリードしてくれる存在として理解しておきたい**ですね。アイデアを吸い取ってやろうという消費思考では、もはや何も得られない。

水野 そうですね。自社の技術シーズと合致しないとわかったとたん、落胆して離れてしまう企業も見てきましたが、ユーザビリティテストではなく、技術シーズを作り変えていく契機と捉えるべきです。社会参加をリードしてもらった後に、組織改革があり、そして技術開発の方向づけ、という順番ですね。

塩瀬 人は自分で解決できない問題をなかったことにしがちですが、初期メンバーで解決できないなら、できそうな人とシーズを連れてきて、**仲間を増やすことをKPIにしたらいい**。問題の解像度が上がるわけですから。人の興味を引く要素やきっかけを「フック」と呼ぶことがありますが、フックでは1カ所しか引っかからないから、マジックテープにしたらいんじゃないかな（笑）。いろんなところにくっつきますからね。



インクルーシブデザイン・ナウ展ポスター（2011年）



『インクルーシブデザイン 社会の課題を解決する参加型デザイン』（学芸出版社／2014年）国内で出版された初めての包括的書籍



「尊厳のためのデザインリサーチ」より。
(dot architects + 水野大二郎 + 財団法人たんぼの家／2011年／提供：dot architects)



徳島県立博物館の展示リニューアルに向けたインクルーシブデザインワークショップ（2019年／提供：塩瀬隆之研究室）



認定リードユーザー育成プログラムで実施した駅でのフィールドワーク（提供：NPO 法人 Collable）



宇宙方舟のワークショップ（提供：塩瀬隆之研究室）

塩瀬 隆之 京都大学 総合博物館 准教授

京都大学工学部精密工学科卒業、同大学院修了。博士（工学）。専門はシステム工学。2009年より現職。2012年から14年まで経済産業省産業技術環境局産業技術政策課課長補佐。日本科学未来館「“おや？”っこひろば」総合監修、NHK Eテレ「カガクノミカタ」番組制作委員、文部科学省中央教育審議会委員などを歴任。共著に『問いのデザイン：創造的対話のファシリテーション』『インクルーシブデザイン』など多数。平成29年度文部科学大臣賞（科学技術分野の理解増進）受賞など。

水野 大二郎 京都工芸繊維大学 教授

デザイン研究者、デザインリサーチャー。芸術博士（ファッションデザイン）。英国ロイヤルカレッジオブアート（RCA）博士課程後期修了。慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科特別招聘教授などを経て現職。情報環境の発展や地球規模の自然環境変動など複雑な社会・技術的課題を前提にしたデザインの理論、手法、実践を研究対象とし、デジタルファブリケーションやスペキュラティブデザインなどを用いた多数のプロジェクトに携わる。共著に『サーキュラーデザイン』など多数。

山田 小百合 特定非営利活動法人 Collable 代表理事

東京大学大学院学際情報学修士課程修了。重度知的障害を伴う自閉症の兄と弟の間で育った経験から、インクルーシブな学びの場のデザインに関心を持つ。大学院在学時に取り組んだインクルーシブデザインや、インクルーシブなワークショップの実践研究を活かす形でNPO法人Collableを創立。企業や自治体、ミュージアムなどでインクルーシブデザインによる商品開発や環境設計、人材育成や学習プログラムなど、様々な領域にてその方法や考え方を届け、200以上のプロジェクトにかかわる。

刊行によせて

「日々のちょっとしたことに気づけるようになった。」
ワークショップ参加者から聞かれた言葉です。

誰もが何かしらの「当事者」です。
一人ひとりが違うことを前提に、スティグマ、偏見、思い込みがなくなれば、
ビジネスの可能性はもっと広がります。

インクルーシブデザインを通じて、よい会社、強いビジネスへ。
最初は手間暇がかかるかもしれませんが。一見すると遠回りに思えるかもしれ
ません。しかし、経営戦略として捉えれば、そこにたくさんの価値があ
ることに気付かされるはずです。
だからこそ、経済産業省として焦点を当てるべきだと考えています。

インクルーシブデザインは、どんな発想でも受け入れる自由度の高さが特
長です。向き合い方によって、様々な色に光ります。

開発プロセスに多様な人々が集うことで、社会がよりよい方向へ形づくら
れていく。

ビジネスには、世界を変える力があります。

2025 年 2 月
経済産業省 九州経済産業局

経営戦略としてのインクルーシブデザイン
ーよい会社、強いビジネスへー
Inclusive Design Report

2025 年 2 月 電子版発行
令和 6 年度社会的少数者の潜在ニーズを起点としたデザインプロセス変革促進事業

発行 | 経済産業省 九州経済産業局 総務企画部 企画調査課

作成 | 株式会社リ・パブリック
取材・執筆・編集 | 高坂 葉月、廣瀬 花衣、田村 大
編集 | 松丸 裕美子
イラスト | 廣瀬 花衣
ユニバーサルカラーアドバイス | 金田 ゆりあ

デザイン | 藤 匠汰朗

『障害』の表記については、官民で長年にわたる議論があり、本書にご協力いただいた企業でもそれぞれ異なる方針が存在
しますが、本書では政府の公文書に基づき、表記を統一することとしました。表記の問題にとどまらず、障害は人ではなく
社会に存在するという認識をもち、課題に真摯に向き合っていくことが求められます。



経済産業省
九州経済産業局