

2012年11月27日

JFMA UD研究部会 施設事例研究

テーマ
「最近のUDへの取り組み
閑話・・・」

中澤 信

(株)バリアフリーカンパニー代表取締役

本日の「閑話」は・・・

1. はじめに
～自己紹介など
2. 「ハード」と「ソフト」そして
「ハート」のバリアフリー
3. 「バリアフリーは儲かる！」
企業の取り組みなどの事例

事例1) 大手旅行代理店グループ

- ・・・肝心のマーケットを取りこぼす
「ホスピタリティプロジェクト」とは？

事例2) 中堅注文住宅メーカー

- ・・・起死回生を目指す？長いおつきあいの為には？

5. これからのバリアフリー（ユニバーサルデザイン）必要なことは？
6. 終わりに

自己紹介

新刊ニュースリリース
マスコミ関係者各位

店舗をバリアフリーにしたらお客が増えた！
バリアフリーの常識を変える
まったく新しいビジネス書が登場

高齢者、
身体が不自由な人、
小さなお子様連れ…

『バリアフリーは儲かる!』

2009年11月17日発売

著/中澤信 (株)バリアフリーカンパニー

PHP研究所 定価1,155円

ISBN978-4-569-77531-9

バリアフリー
は
儲かる!

日本唯一のコンサルタントが教える
新しい「マーケットの広げ方」 中澤信

福祉でも、
ボランティア
でもない。

ビジネスに役立つ本

PHP研究所 ● 定価: 本体1,100円(税別)

「社会的責任や福祉ではなく、ビジネスチャンスを広げるためにバリアフリーを取り入れる!」

バリアフリーと聞くと、福祉やボランティアを思い浮かべる人は多い。しかし、「バリアフリーは極めてビジネス的な発想だ」と著者は言います。しかも、「バリアフリーは儲かる」とさえ言うのです。なぜなら、すべての人が不自由なく、生活できる社会をめざすのが、バリアフリーだから。マーケットを広げるための極めてビジネス的な考え方なのです。

バリアフリーに抱くイメージ

「障害のある人だけを対象にしている」
「車いすのお客さんが来ないうちには必要ない」
「バリアフリーはお金がかかる」
「要するに段差をなくせばいいんでしょ？」
「単なる社会奉仕でしょ？」

→→すべて誤解です

バリアフリーを導入し、ビジネスに活かしている企業・自治体の事例を掲載

- 【みずほ銀行】高齢者や障害のある人にも使いやすい銀行へ
- 【チサンイン】隣の部屋とつながるコネクティングルームで利用者が増加
- 【ANA】全社的なバリアフリー研修でさらなるサービス向上を目指す
- 【沖縄県】高齢者が来なくなる観光地を目指してホテルや観光地をバリアフリー化
- 【JTB】ゆっくりと観光して地元の人と交流できる高齢者向け旅行を開発

バリアフリーを低予算で実現するアイデア集を掲載

タイのバリアフリー化に孤軍奮闘！ 中澤氏のこんな活動も取材してみませんか？

日本でのノウハウを元に
タイをバリアフリー化

2008年10月に起こった反政府運動により、タイの空港が閉鎖され、多くの日本人が帰国できなくなってしまった事件を覚えています？この事件により日本からの観光客が減り、タイの観光産業に打撃があったと言われていいます。そんななか、タイ政府観光庁が現在、国の威信をかけて取り組むのが、観光地のバリアフリー化事業。そして、この事業のコンサルティングを手がけるのが、本書の著

者である中澤氏なのです。ときには身体を抱えられ視察地を移動するなど異国の地で現在孤軍奮闘しています。

柴又をバリアフリーにする
プロジェクトが進行中



シニアだけではなく、より幅広い層の観光客の獲得を目指して柴又をバリアフリー化するという計画を葛飾区とともに、進めています。



リフトがない為、毎回、乗降に悪戦苦闘。身をもってバリアフリーの必要性を伝える

著者：中澤 信



バリアフリーカンパニー
代表取締役

Profile

1961年生まれ。生れながら難病の先天性ミオパチー(筋肉疾患)を持つ。1986年久保田鉄工株式会社(現株式会社クボタ)入社。2001年、15年間の勤務を経て同社を退職。同年、バリアフリー・カンパニーを設立し、おもに民間企業を対象とした、バリアフ

フリー、ユニバーサルデザインを広めるための様々なコンサルティングを実施している。現在は、同社代表の他、東京都観光事業審議会委員、JTBバリアフリープラザ顧問等も務める。

<http://www.barrier-free-jp.com/>

■書籍・著者に関するお問い合わせはこちらまで
有限会社verb (ヴァーブ) 梅中

TEL/03-5778-0430 FAX/03-5778-0431 mail/u-shin@verb.jp

「バリアフリー」と 「ユニバーサルデザイン」の違いは？

「バリアフリー」

＝障害者など特別な人のためにバリア（不自由さ、不便さ）を取り除こうとするもの

「ユニバーサルデザイン」

＝最初から誰にとってもバリア（不自由さ、不便さ）がないように配慮すること

★いろんな人が居て当たり前

～障害者、高齢者と言っても十人十色～

「ハード」と「ソフト」そして 「ハート」のバリアフリー

- 「高齢者」は障害のデパート

⇒ 高齢者がキーワード

- どのように生活して、何に困っているのか分からなければ、ハードもソフトも適切に作ることができない。

「高齢のお客さま」について

加齢により、体に色々な変化が起きています。

頭

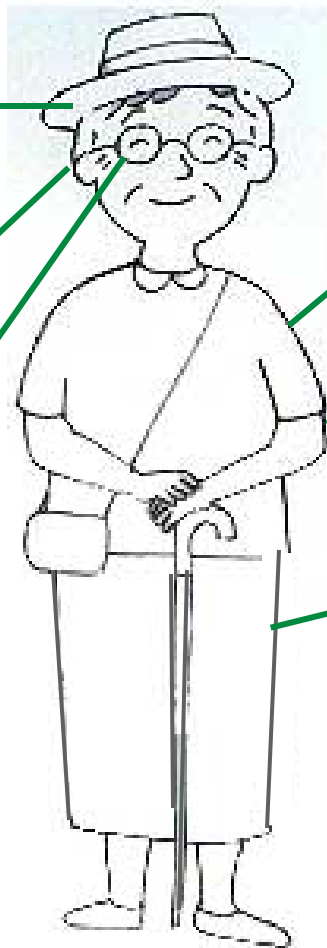
- ・老化が進み、もの忘れがひどくなる
- ・新しいことを受け入れるのに時間がかかる

耳

- ・聴力の低下

目

- ・視力が低下
- ・視野が狭くなる



身体機能

- ・全体的に機能が低下

運動能力

- ・全体的に低下
- ・感覚と実際の動作にズレが生じる

生理機能

- ・排泄機能が低下
- ・トイレが近くなる

「バリアフリーは儲かる！」 企業の取り組みなどの事例

- 「バリアフリーは儲かる！」PHP出版から

⇒企業の取り組みなどの事例

みずほ銀行

ANA

沖縄マリオットホテル

...etc

BFCのWebから

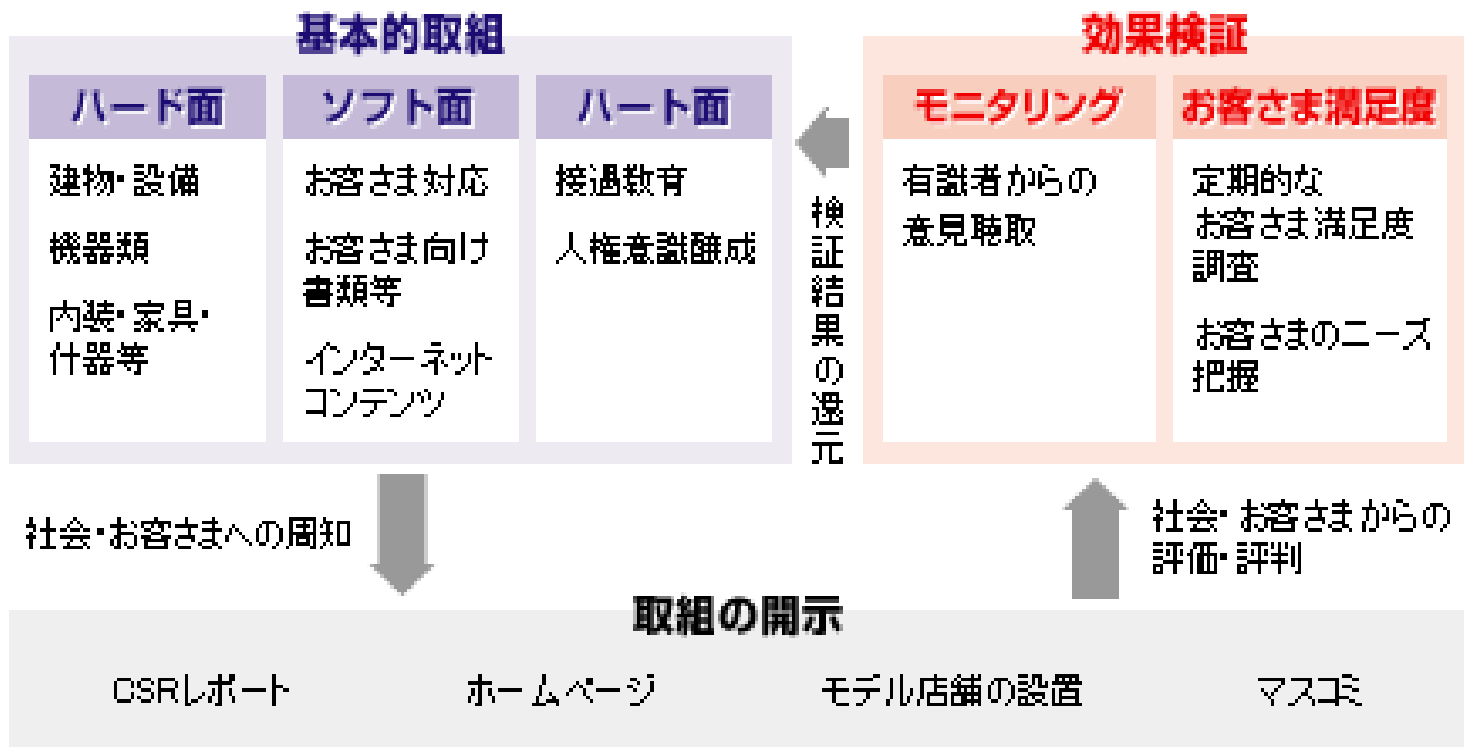
- **ビジネスマーケットの分析と提案**
- 「ユニバーサルな社会」の実現のためには、ターゲットユーザーが本当に必要とするハードやソフト等を開発し、適切な体制とスタッフで提供・運用することが不可欠です。
- しかし、現在の社会では「ユニバーサルデザイン対応」「バリアフリー対応」と謳うハードやソフトの中には、市場分析を誤り、ターゲットユーザーに適しているとはいえないデザインやサービスを提供し続けている事例が少なくありません。
- バリアフリーカンパニーは、単に「ユニバーサルな社会」の理想を掲げるだけでなく、ビジネスの目的や規模、予算に応じた、適切なターゲティングとセグメンテーションを提案いたします。
- お客さまが狙ったターゲットユーザーにアプローチできるよう、ご提案をいたします。

バリアフリーカンパニーが持つメリット

- バリアフリーカンパニーのマーケティング・マネジメントが評価されている理由は、代表自らが障害を持ち、日常の中の“不便”や“理不尽”を体感してきたうえで、正しく「顧客視点」に立って商品やサービスの開発をサポートできるからにほかなりません。
- また、代表が障害のある当事者でありながら、15年に渡って大手企業のビジネスマンとして経験（経理、法務、人事等）を積み、高齢者、障害の有る方々とのネットワークと信頼関係を築いていることも、質の高いコンサルティングが提供できる理由のひとつといえるでしょう。
- 「高齢者」と一口にいても、その生活環境や価値観、ライフスタイルは十人十色です。また、「障害のある方」も、障害の部位、障害の程度等によって価値観やライフスタイルは異なります。この他に、世の中にはさまざまな不自由さを持っている方々がいらっしゃいます。
- バリアフリーカンパニーは、こうしたユーザーが持つ多様性にきちんと注目し、ビジネス・サービスにマッチしたソリューションを提供いたします。
- ユーザー像は単一ではありません。年齢、生活環境、不自由さの程度等によってもニーズは異なってきます。
- 「ユニバーサルな社会」に対応したビジネス・サービスを提供したいがどこから手を付ければよいかわからない。施設のバリアフリー改修を推進したいが膨大なコストがかかるのではないか。改修はしたがCSの向上になかなか結びつかない、といった悩みをお持ちの方は、ぜひ一度、バリアフリーカンパニーにご相談ください。

みずほ銀行ハートフルプロジェクト

ハートフルプロジェクトの全体像



これからのバリアフリー (ユニバーサルデザイン)

- 「視覚・聴覚」の不自由さを軽減する
(情報保証)
- 「特別」扱いではなく、
「ユニバーサル」な対応が必要。
- ユニバーサルに「わかりやすさ」がポイント

⇒日本では、まずは

「ハートの教育！！」



株式会社バリアフリーカンパニー

〒177-0045 東京都練馬区石神井台1-12-33

E-mail: nakazawa@barrier-free-jp.com

Web Site: <http://www.barrier-free-jp.com>

TEL 03-6795-8571 FAX 03-6795-8572