

ユニバーサルデザイン研究部会

多様性の視点から考える ワークプレイス

ユニバーサルデザイン研究部会 部会長

似内 志朗 にたないしろう

日本郵政株式会社不動産企画部部長
認定ファシリティマネジャー、一級建築士

Universal Design for Diversity Inclusion

ユニバーサルデザイン研究部会では、この3年間、人材の多様化について取り組んできた。「Universal Design for Diversity Inclusion(UDは多様性を寛容する大きな器)」と定義し、2013年度に4回、2015年度に3回のシンポジウムを開催し、多くの企業のファシリティマネジャーや識者から、多くの企業の実践事例をご紹介いただいた。

多くのグローバル企業では、ダイバーシティ戦略を経営理念の中核(DNA)としている。多様性こそ企業の強みという感覚である。一方、これまで同質性が強かった日本企業では、人材多様性の受容は「できれば避けたいもの」と捉えられてきた節がある。しかし、企業・ワークプレイスのあり方を考える上で、多様性は避けて通ることができない時代となってきた。近年のグローバル化に伴うオフィスワーカーの国際化、オリンピック・パラリンピック2020に向けた都市改変、アベノミクス成長戦略「女性活躍施策」「一億総活躍社会」、障害者差別解消法施行(2016.4.1)、シニア主導の消費市場へのシフトなどダイバーシティ導入を後押しする要因は多い。これらを、時代の構造変化と考えて腹を括り、業績向上に結びつける本気の取り組みが必要とされているのだ。

ダイバーシティが注目される3つの理由

なぜ、企業活動においてダイバーシティを推進しなければならないか、その必然性に対する疑問の声も多い。しかし近年、ダイバーシティがキーワードとされてきたのは、主に3つの理由がある。1つ目は企業活動のグローバル化に伴うワーカーのグローバル化

である。国境を越えた企業統合、提携等による異文化遭遇は不可避である。2つ目は顧客の多様化と顧客ニーズの多様化に応えるための供給サイドの提供価値の多様化と、それを可能とするワーカーの多様化の必要性である。顧客と同じ目線や価値観を持たなければ真のニーズは分からず、それ故に多様な人の「知」が必要であるというわけである。3つ目は少子化・高齢化の進む日本の労働市場から有能な人材を獲得するため、女性、外国人、シニア世代、障がいを持つ人材などを視野に入れなければならない。

フリンジが可能性を広げる

現在、私たちが普通に使っているものの中には、もともと身体的能力の低い人たちのためにつくられ、それが一般化したものがある。眼鏡は視力の弱い一部の人達のための矯正器具からはじまり、パソコンのキーボードもペンを持っていない人たちのためにつくられたタイプライターの進化形である。人の身体能力を補完し強化する道具をつくり、それらが一般化され、世の中をより便利で豊かなものにしてきたのである。眼鏡やキーボードの例のように、障がい・性別・言語・個性などの多様性の端(フリンジ)にあるユーザーにとっての解決策の提供は、結果として、世の中全体としての選択肢を増やし、生産性の向上をもたらす。ワークプレイスにおいても同様である。「小さな器」から「大きな器」へと人を物理的・精神的に解放することで、多様な働き手が能力を発揮し、生産性を向上させることにつながる。経営にも資する「幸福な連鎖」を生み出すワーク環境を意思をもって作り出すことが求められている。