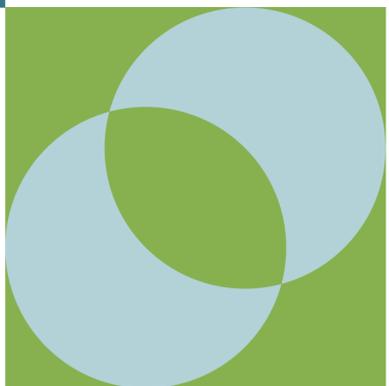
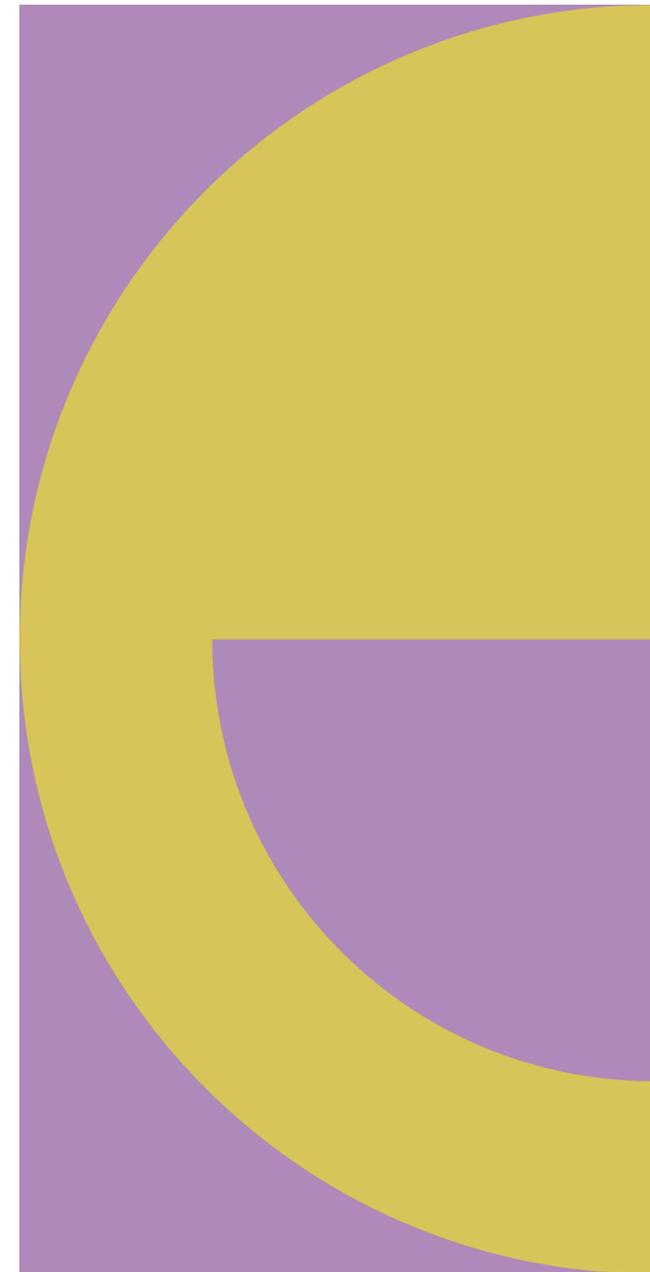
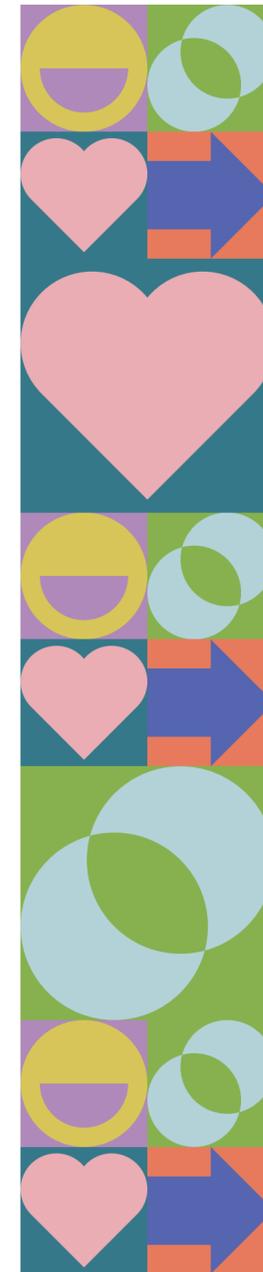
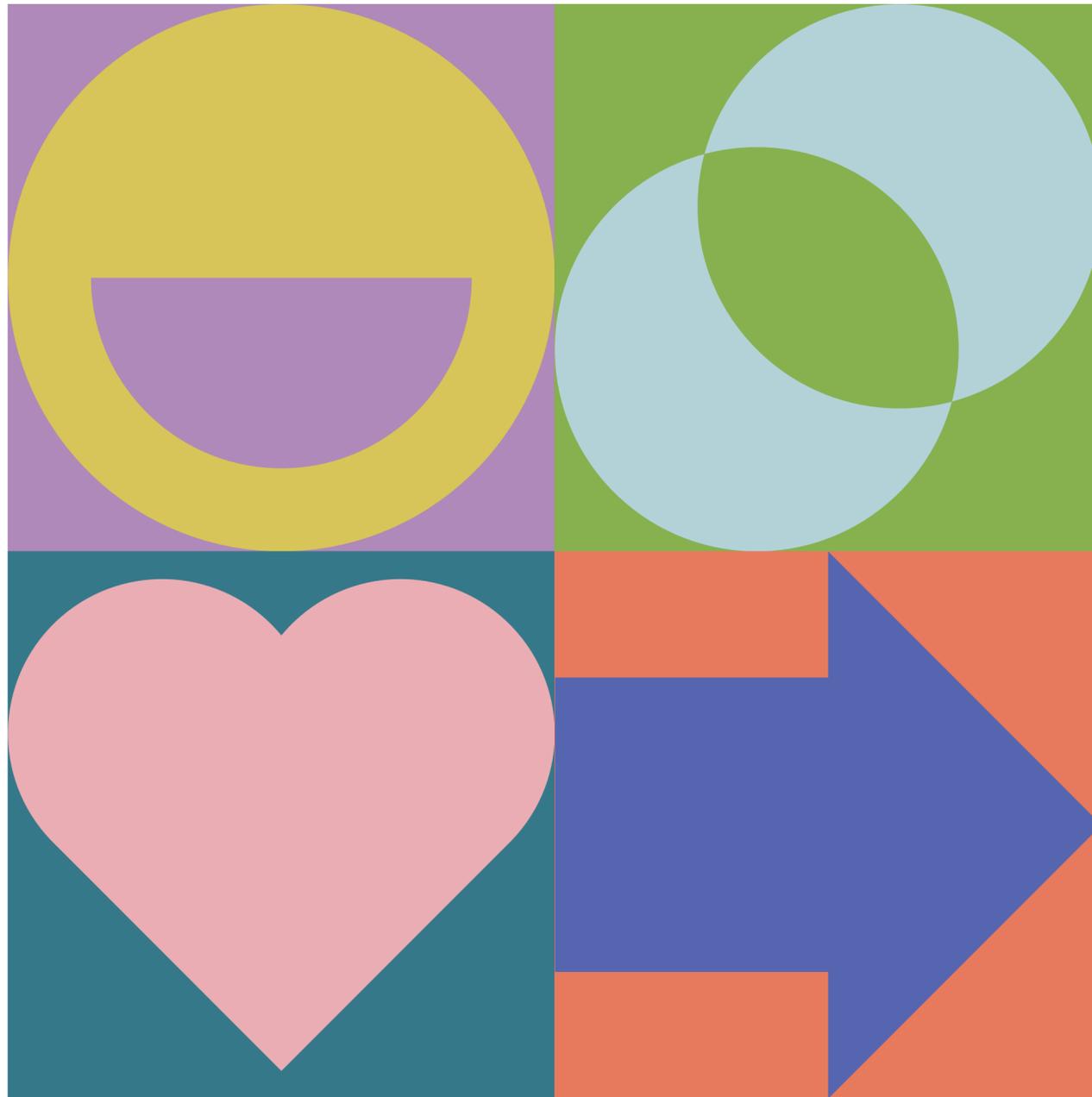
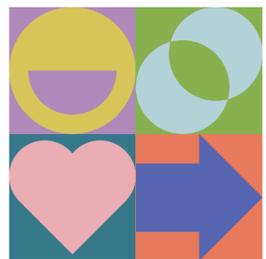
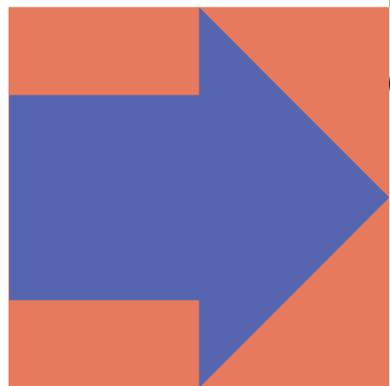


FUN
FUN
FUN
FUN
FUN

#多様性
#DE&I
#Well-being



clusion!



FUNclusion! Report



企業のDE&Iを推進する新しいインクルージョンのカタチ

「FUNclusion Report」に込めた想い。

私たちは制作の過程で、様々な方たちとDE&Iについての対話を重ねて、
すぐには解決できない、無数の課題やハードルがあることを知りました。

このレポートは、「FUN」だけでそれらを解決できるという考えで制作したものではありません。

たくさんのハードルが存在する現状のDE&I推進に対して、
より多くの人に関わりやすくなるきっかけとなるレポートを目指しました。

企業において、 重要性が高まるDE&I。

多様な価値観が広がる社会において、
ひとりひとりが自分らしく豊かに暮らしていくために、
DE&I(=ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)を
実現していくことは、
企業運営においても、重要性を増しています。

企業運営とDE&Iの歴史

- 1965年 公民権法に基づき
米国雇用機会均等委員会が設置
- 1980年 アメリカで「ダイバーシティ&
インクルージョン」の考え方が広がる
- 1985年 日本で男女雇用機会均等法が成立
労働基準法が改正
- 1992年 育児休業法が施行
- 2004年 性同一性障害特例法が施行
- 2009年 介護休暇制度が創設
- 2010年 「イクメン」が
新語・流行語大賞のトップ10入り
- 2018年 障害者雇用促進法改正
出入国管理法改正
- 2023年 内閣官房の「人的資本可視化指針」に基づき、
有価証券報告書において、人材の多様性の確保
を含む人材の育成に関する情報を開示することを義務化
- 2024年 事業者による障害のある人への
合理的配慮の提供が義務化
障害者雇用の法定雇用率の引き上げ

推進される企業のDE&I。



* n= ビジネスパーソン 1034名



n = DE&Iを認知しているビジネスパーソン 728名

これらの数字を見ると、
企業のDE&I推進は、順調に進んでいるように見えたのですが、
アンケートの自由回答を読み込んでいくと…
裏側に異なる本音が見えてきました。

実は本音は・・・?

数字に出てこないDE&Iへのホンネ

理解を示してくれているように思うのですが、本当の気持ちがわかりません

当事者意識をなかなか
持ってもらえない

まだまだ根底に
差別的な感情のある人がいる

固定観念を変えられず、
新たな価値観を受け入れにくい
傾向がある

どうやったら
特性や障害の理解が伝わるか悩む

自分はマジョリティ側だと思うので、
いまいち取り組むことでの
メリットが実感できず、
積極的に取り組もうとは思えない

自分自身は多様性を受け入れていても、
チームや会社全体が同じ気持ちで仕事を
すすめていくことは難しい

個性のある人たちの権利ばかりが
主張されて、何も無い人が
我慢することになると思う。

取り組みを行うことで
新たな対立が生まれないか心配

保守的な考え方が強いので、
まだ完全に推進していこうとは
なっていない

公平性を保つには、実績に伴う
評価制度の構築が必要である。



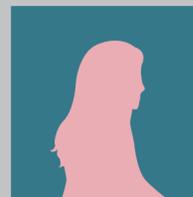
DE&I推進担当

DE&Iの取り組みや研修を行う中で、
難しさや課題を感じていることがある。

集計すると…

88.9%

n = DE&I推進担当 134名



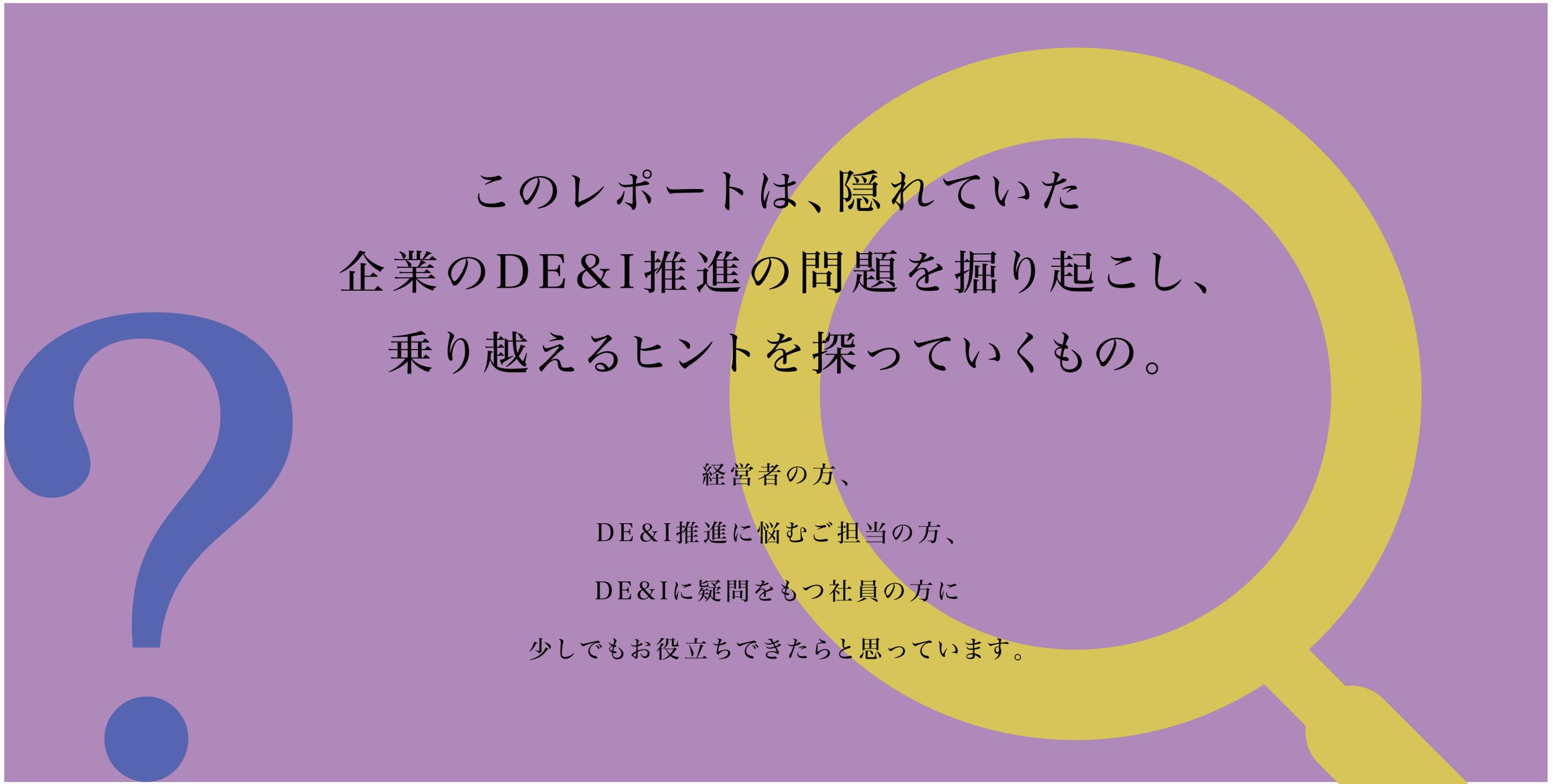
社員

DE&Iの研修を受けて、
現場で実践しようとするとうまくいかない。

集計すると…

78.4%

n = DE&Iを認知しているビジネスパーソン728名



このレポートは、隠れていた
企業のDE&I推進の問題を掘り起こし、
乗り越えるヒントを探っていくもの。

経営者の方、
DE&I推進に悩むご担当の方、
DE&Iに疑問をもつ社員の方に
少しでもお役立ちできたらと思っています。

CHAPTER 1 DE & Iを、心の底から理解してもらうためには？ ————— P9

CHAPTER 2 DE & Iを、企業の現場で実践していくためには？ ————— P29

CHAPTER 3 FUNから共にまざりあう、
新しいインクルージョンの広げ方「FUNclusion」 ————— P47

調査対象：

① 20～59歳の有職者男女 1034サンプル

② 企業のDEI推進担当者 134サンプル

調査地域： 全国

調査方法： インターネットリサーチ

調査時期： 2024/10/21～10/22

① 有職者	男性	女性
20代	97	88
30代	145	99
40代	193	125
50代	176	111
② DEI推進担当者	134	

FUNclusion! Report

CHAPTER

1

DE&Iを、
心の底から、
理解してもらうためには？

DE&Iについて肯定的な考えを
持って欲しいがうまくいかない

当事者意識を
なかなか持ってもらえない

どうやったら特性や障害の
理解が伝わるか悩む

理解を示してくれているように思うの
ですが、本当の気持ちがわかりません

悩めるDE&I担当者

DE&Iの取り組みや
研修を行う中で、
難しさや課題を
感じていることがある。

みんなが働きやすいよう
お互い様精神を持ってほしい…

この会社にいたいと思って
もらえるようになってほしい…

固定観念を変えられず、新たな価値
観を受け入れにくい傾向がある

まだまだ根底に
差別的な感情のある人がいる

88.9%

DE&I推進担当

何が最も難しいのでしょうか？

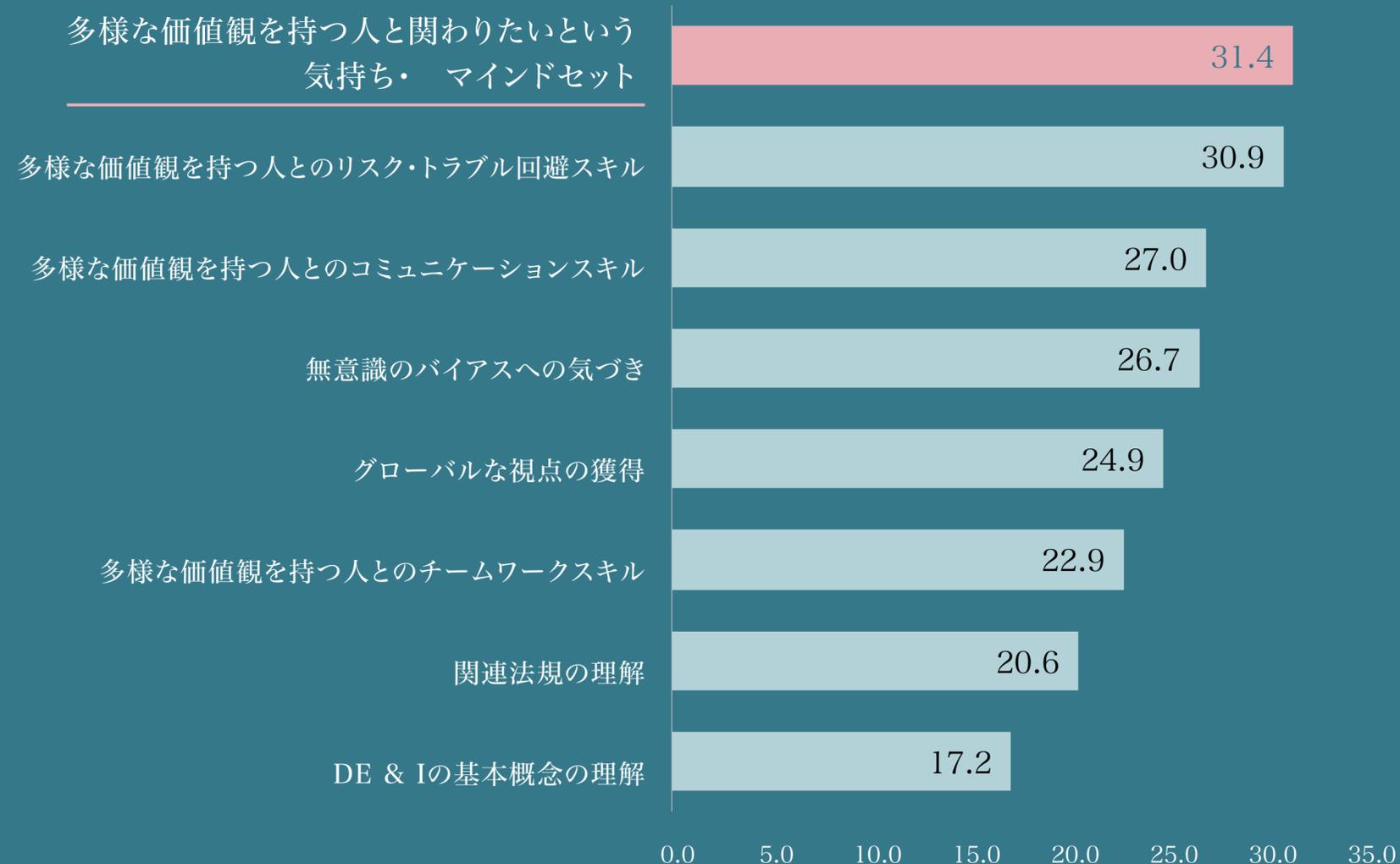
DE&I推進担当者の

一番の悩みは…

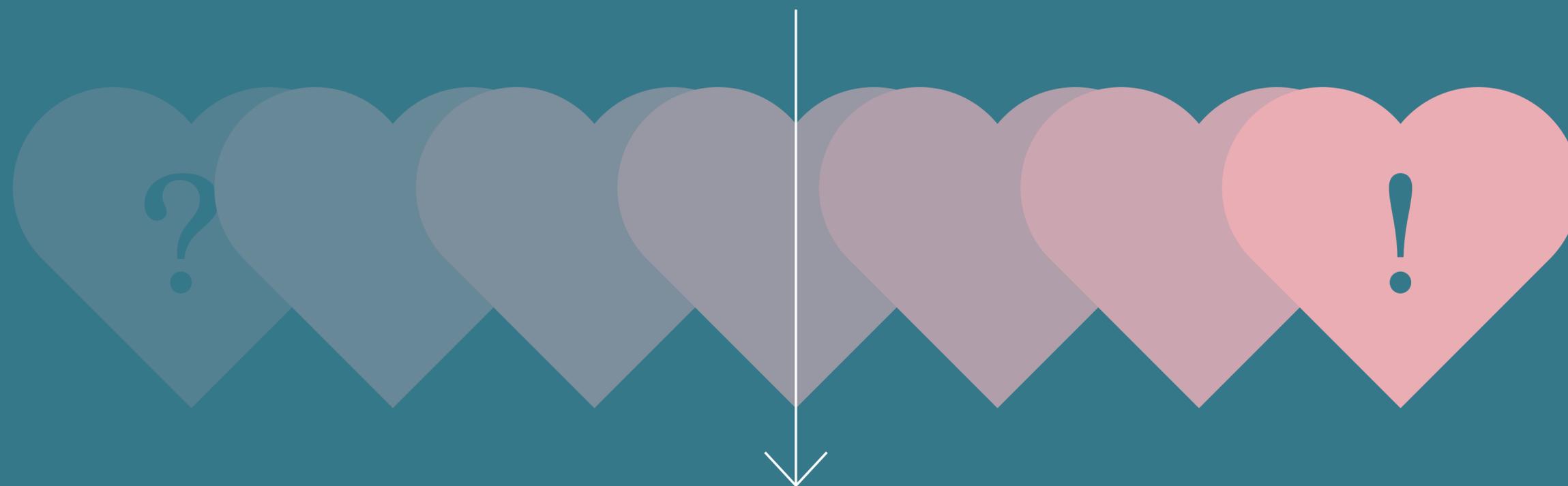
「多様な価値観を持つ人と
関わりたいという
マインドセットがつかれない」。

知識やスキルは伝えられても、
気持ちに影響を与えるのは
難しいと感じられているようです。

DE&Iの取り組みや研修で難しさを感じること



どうすれば、DE&Iを、
心から理解してもらえるか？



企業で働く人たちが、
心からDE&Iを理解するようになった事例から、
そのヒントを探りました。



HERALBONY

異彩作家とともに、
新しい文化をつくる
クリエイティブカンパニー

「異彩を、放て。」をミッションに、福祉を起点に
新たな文化の創出を目指す、クリエイティブカンパニー。
国内外の主に知的障害のある作家とライセンス契約を結び、
アートをプロダクト化するライフスタイルブランド
「HERALBONY」の運営をはじめ、さまざまな形で異彩を社会に届け、
福祉領域の拡張を見据えた多様な事業を展開。



これまでに、様々な企業との共創を、実践してきたHERALBONY。

契約作家が描く異彩あふれるアートとクリエイティブを通じて、
企業やブランドがさらに愛され、選ばれるための企画・プロデュースを提供。



HERALBONYとの共創を経験をした方たちにお話を聞くと、
ここまでのデータで見てきた結果とは、異なるDE&Iに対する感想をおっしゃっていました。



日本航空株式会社
松本 有紗さん

共創を通して目指すビジョンが
単なる言葉としての理解ではなく、
心の底から理解でき、自分ごと化しました。

コラボに関わったメンバーは皆、
関わられたことを、誇らしそうに語っていました。



株式会社乃村工藝社
山口 茜さん

企業との共創という取り組みを通じて、
なぜここまで違うDE&Iの理解やマインドセットを生み出したのでしょうか？

HERALBONYとの共創についてインタビューしていくと、
DE&Iへの気持ちの変化の間には、価値観が変わる瞬間が存在していました。

Before

DE&Iの字面での理解



価値観が変わる瞬間



After

DE&Iの深い理解&自信

“やってる思い、深みを理解した。”

“すごい大事なことをやっている。”

共創に取り組む中で、価値観が変わり、
強い思いをもって取り組むように
変わった瞬間があったと話されていました。

この転換がすべての起点。
なぜこのような気持ちの変化が、生まれているのか？
さらに深まりました。

価値観転換を起こすHERALBONYの表に出ていない活動①

ヘラルボニー社員の

作家さん愛溢れるプレゼンテーション



ヘラルボニー社員の方たちは、
1人1人が、担当作家さんを持ち、
定期的に交流。



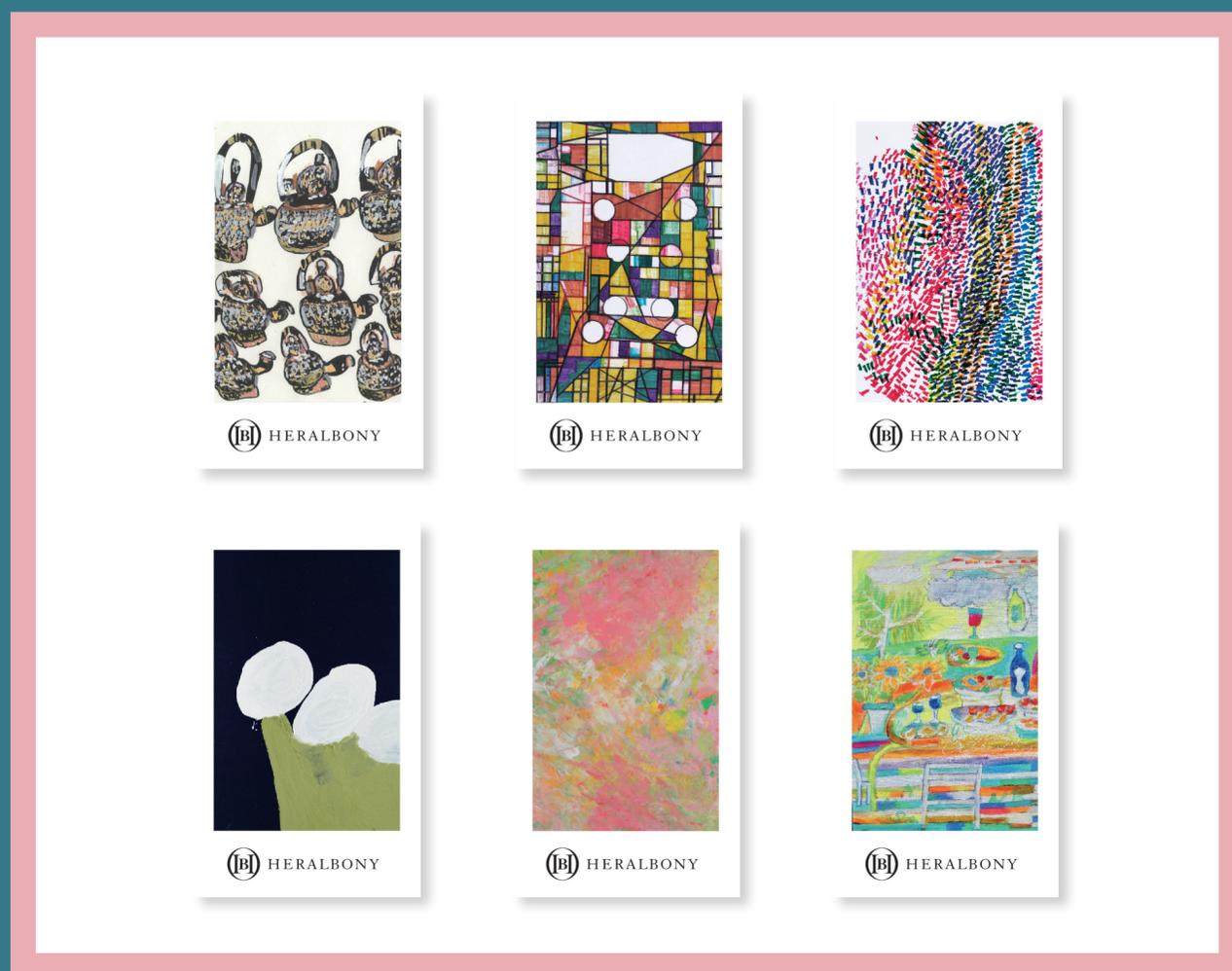
作品をただ提供するのではなく、
作品の奥にいる作家さんの人柄や
作品が生まれた背景までを丁寧に説明してから、
共創へ入っていく。



作家さんの人柄や人生まで聞いた企業担当者は、
作品をととても大切なものとして扱い、
自社商品とのコラボで何が生み出されるかを
真剣に考えるようになっていく。

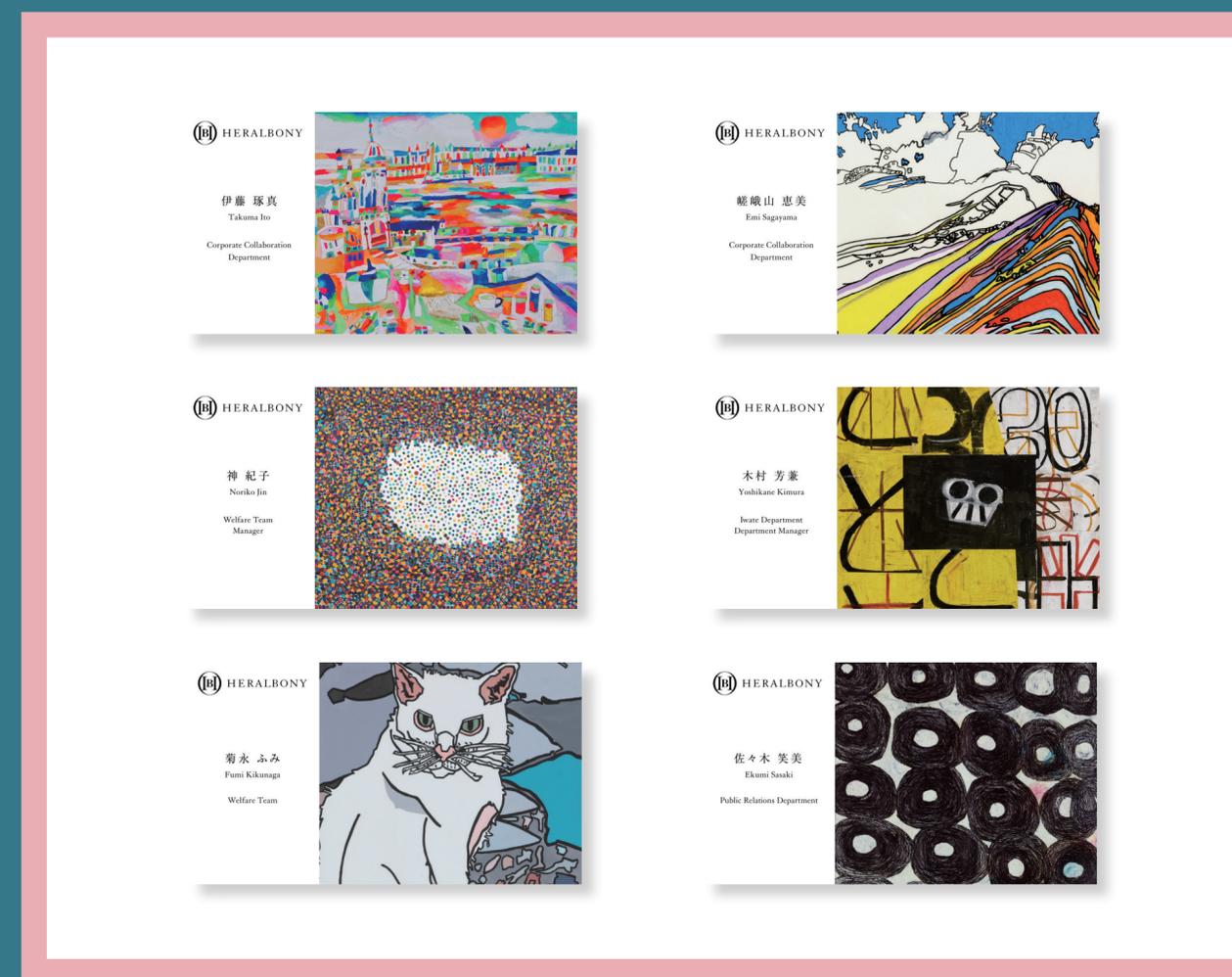
ヘラルボニー社員の皆さんの名刺の背面やZOOM背景には、2,000点から自ら選んだ作品が掲載。
一人一人が、作家さんの想いを理解し、社会に責任をもって届けている。

<社員の皆さんの名刺の背面>



▲名刺交換の時から、作家さんのお話で自然と盛り上がります。

<社員の皆さんのZOOM背景>



▲常に作家さんたちのことを思いながら、お仕事をされています。

価値観転換を起こすHERALBONYの表に出ていない活動②

施設を訪問し、異彩作家さんに直接会う・
対話する機会を担当者へ提供することも。



共創をする前や、共創をしている途中で、
直接、施設を訪問する機会を設けることも。



障害のある作家さんたちと
実際にまざりあう体験を通じて、
自分の多様性への無自覚なバイアスの自覚や、
社会への問いが自然と生まれる。



どうしたら、この想いを伝えられるか。
社会を変えることができるのか。
その原動力や使命感が沸き上がっていく。

interview

実際にレポート編集部も、やまなみ工房さんを訪問し、50名以上の異彩作家さんたちと交流させていただきました。たくさんの経験をさせていただいた最後に、施設長の山下さんと対話を行ったのですが、その様子をお届けします。



Photo: 片岡杏子

山下完和(やました・まさと)

1967生まれ。三重県伊賀市在住。社会福祉法人やまなみ会やまなみ工房 施設長。高校卒業後、ブー太郎として様々な職種を経た後、1989年5月から、障がい者無認可作業所「やまなみ共同作業所」に支援員として勤務。その後1990年に「アトリエころぼくくる」を立ち上げ、互いの信頼関係を大切に、一人ひとりの思いやペースに沿って、伸びやかに、個性豊かに自分らしく生きることを目的にさまざまな表現活動に取り組む。2008年5月からはやまなみ工房の施設長に就任し現在に至る。

Q 今日、作家さんたちのアトリエでの創作活動を見学させていただき、誰もががあるがままの自分として認められる世界を、実際に目にしてとても驚き、感激しました。…が、この環境を会社で再現するのは、かなり難しそうで自信を持ってません。

「職場は、自分の好きが活かされる場所でありたいなって思うんです。」

例えば、皆さん1人1人も大好きなこととか趣味とかあるじゃないですか。それを職場の人が「何それ、しょうもなくて全く意味ないやん、あいつ変やな」っていう職場か、「俺にはようわからんけどそれめっちゃいいな、素敵やな」って言うてる人たちに囲まれて働く職場やったら、どっちで働きたいか。僕は、今いるスタッフが大好きなんで、誰1人辞めて欲しくないから、本当にここで勤めてよかったって思える場所にしようって思っただけなんです。福祉施設でどうこうとか、やまなみはこういうところを目指したいとかではなくて、今いる利用者とスタッフが一番居心地いいって言うてもらうにはどうしたらいいか。私の一方的で熱狂的な好奇心と想像力でしか成り立ってないというか。

利益を生むために、やまなみ工房を経営するならもっと別の方法があると思いますけど、利益に執着をして日々過ごすと思ってしまうんですよ。だから、ずっとなにを大事にしていますかって聞かれた

ときに、一言目に「スタッフファーストです」っていう言葉が出ないと、未来はないなってやまなみ工房のみんなと過ごしなから思いますね。

どんだけ赤字になろうかカツカツになろうか、スタッフがまず喜ぶ・楽しめる施設でないって、育つてこない。スタッフが一番喜ぶとこだけにフォーカスをして日々を過ごしています。利用者のご家族や福祉関係者に、なにが一番大事ですかと聞かれて「スタッフです」と私は答える。反感もあるんですよ、利用者じゃないんですかって。でも、僕にとっては一番大事な利用者の人たちが一番好きだって言うのがスタッフなんで、だからこそ僕は施設長としてスタッフが一番大事にするんです。

だから、大したことしてないんですよ。うん、いたってシンプルです。

Q 自分の「好き」なことを見つけようとする、取るに足らないこととしてフィルターかけてしまって、見失ってしまう人も多いと思います。どうやって作家さんたち一人一人の好きを見つけているのですか？

「大事なこと、大切にすべきことを教えてくれるのは、全て彼らかなとおもいます。」

ご質問いただいた自分のフィルターを外す方法は、未だにないような気がします。だからこそ、私は彼らを尊敬している。

コロナ禍で、僕は「中止になった、会えなくなった、外食できなくなった、行けなくなった。」あたふたして、全て何かのせいにしていましたけど、目目鼻口の人(*1)はずっと目目鼻口を刻み続けていた。そう考えたら、これがあればっていうものを自分で持っているというのは、なんて強いというか、ブレないというか。本当に、幸せな人に時計の音なんて関係ないんだと思うのです。

僕と彼らの違いの一つとして、自分自身と、こうありたいと思う自分自身が、一致してるということ。現実の自分と理想の自分が一緒だから不満がない。そこは本当に強いなと思います。

物理的に難しいことはあるかもしれないけど、大事なこと、大切にすべきことを教えてくれるのは、全て彼らかなとおもいます。

たとえば、一流企業の人とか、美大を出てアーティストを目指している人からしたら、勉強もせず、訓練も苦労もせず「なにしてんねん！」という感じかもしれない。彼らのやっていることそのものは、他人から見たら、不真面目に見えるかもしれない。お金にもならないし労働でもないっていわれるかもしれないです。けども、袋めんの包装をずっと触っていた彼女(*2)も、大真面目にあれをやっているんですよ。その強みってすごいなと思いますね。「あなたもありのままのあなたでいいんだよ。あなたはなぜ自分自身の価値観で正直に意見していかないの？」って言われてる気がして。だから本当に障害のある方の自立支援というのは、彼らにできないことを頑張れ頑張れというのではなく、彼ら以外の考え方の人たちの考え方を正しく導くことなんだろうと思いますね。

Q マジョリティーの意識から抜け出せない人がいる。どうすればよいと考えられていますか？

「自分も多様性の中の1人。いかに出会いの瞬間をつくるかが大事だと思います。」

多様性を認めましょうって言うてる人って、自分以外の人たちのことを多様性と思ってるけども、自分も多様性の中の1人なんだよっていうことを理解しなければいけないなと思います。

でも、やっぱり多様な人たちとなかなか出会えない人たちもいて、そうすると、自分に無関係の人たちと思ってしまう人もいると思う。だからやっぱり社会の中に、いかに出会いの瞬間の扉を作るか、ということが大事だと思います。

それが例えばカフェにある1枚の絵であったり、ポーチのデザインであったり、展示会をしたり。だから今までのように署名活動をしたり、何か障害のある方たちは不幸で可哀想なのでなんとかしてくださいっていうネガティブな情報じゃなくて、彼らにしかない魅力をどれだけおしゃれにかつこよく伝えることが大事なんじゃないかなって。そういうことによって、なんかいろいろ繋がりが生まれてくるのかなと思うんですね。

*1 コロナ禍でも目鼻口を刻み続けていた吉川さん



吉川 秀昭 YOSHIKAWA HIDEAKI

1970 年生まれ 滋賀県在住 1988 年から『やまなみ工房』に所属 一見抽象模様のように見える点の集合体は、数え切れないほどの『顔』である。支持体が紙であろうが、陶土であろうが変わらない。無数の点は、彼独自の法則に従い、ある一定の間隔を保ちながら「目、目、鼻、口」の順に丁寧に点を刻んでいく。支持体から10cmほどまで顔を近づけ制作をする。周囲のものが目を凝らして見ても構成を捉えられないほどの細かさであり、誰もが数秒で描きあげる人の顔を、何日もかけ、ゆっくりゆっくりと確かめるように描き続けていく。

*2 袋麺の包装を親指で擦り、音を立てて見つめている酒井さん

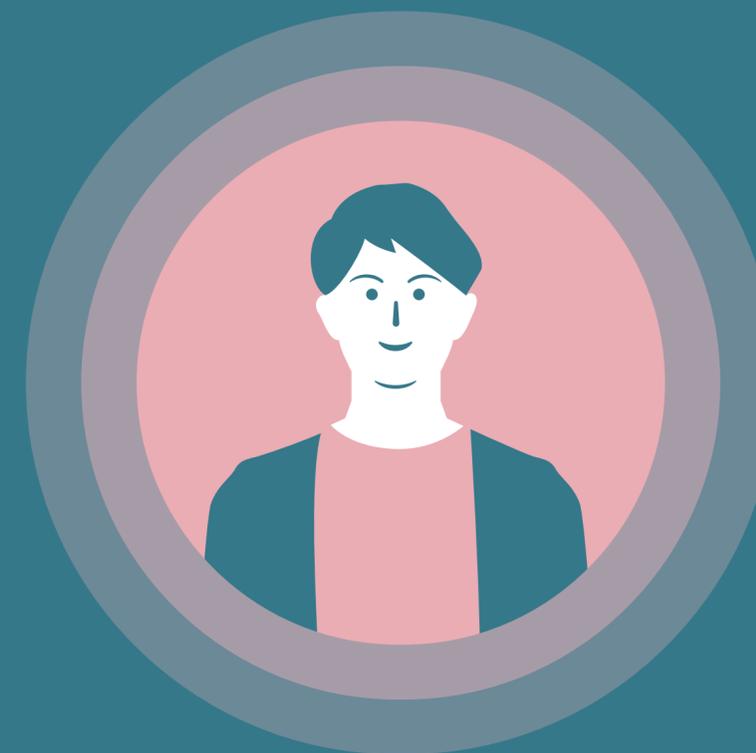


酒井 美穂子 SAKAI MIHOKO

1979年生まれ 滋賀県在住 1996から「やまなみ工房」に所属 10代半ば、ある時を境に彼女はひとつの物に執着を抱くようになった。それは『サッポロ一番しょうゆ味』。彼女はそれを食べる事はなく、ただ親指で擦り、音を立て見つめているだけ。朝起きて、夜眠りに就くまでのほとんどの時間をその行為に費やす。この行為を彼女はもう20年以上も続ける。周囲から見ると全く無意味とされる行為も、彼女にとっては、かけがえのない大切なもの、行為のひとつなのである。麺の感触なのか、袋に反射する光の加減か、または擦っている時に生じる音なのか。何が彼女をそこまで惹きつけるのか、その要因は彼女だけにしかわからない。

HERALBONYの関わるDE&Iは、何が違うのか？①

集団からではなく、“個”から考える。



マイノリティや障害など、
ひとくくりに捉えてしまうと、
とたんにイメージがぼやけ、縁遠い存在に。

(作家さんという)一人の人を想像し、
その人が困っていることや喜ぶことを考えると
途端に自分ごとのように考えられるようになる。

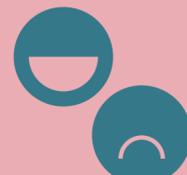
HERALBONYの関わるDE&Iは、何が違うのか？②

さらに、“個の大切さ”の解像度を上げていく。



時間

どんな時間と経験を
重ねてきたのか？



感情

どんなことに喜び、
どんなことに悲しむのか？



関係性

誰を大切にし、
誰に大切にされているのか？



作品だけでなく、
作者の実在性（顔・名前・人柄など）に
触れることで、その存在の大切さに
実感が生じる。

* 3要素は、るんびにい美術館の板垣さんのインタビューを参考に作成。

HERALBONYの関わるDE&Iは、何が違うのか？③

個に目を向けていくと、
自然とDE&Iを大切にできる心が育まれる。



講座型の研修では、
知識やマナーを伝えられても
心まで変えるのは難しい…



個に目を向けていくことで、
DE&Iへの自発的な問いかけや、
積極的な行動が生まれていく

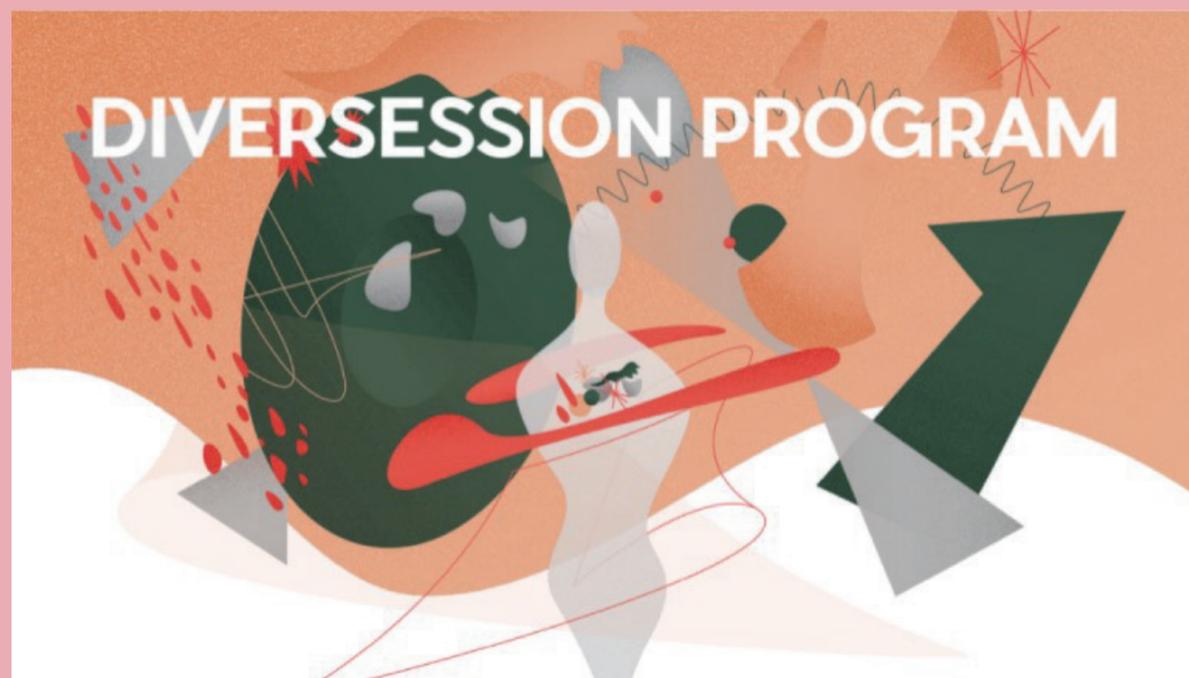
HERALBONYから学ぶ、心を動かすDE&Iのポイント

個からのアプローチを加えることで、
DE&Iへの心を育み、積極的なDE&Iアクションを引き出そう！



HERALBONYの新たな取り組み

心を育む取り組みは、アートから体験型企業研修へ。



※ 企業との共創活動を行う中で、「多様性を尊重できる人材育成に取り組みたい」という問い合わせが増える中で開発された、組織のDE&Iを促進する体験型プログラム。「肌で理解すること」を入れることにこだわられて設計されており、体感型学習や日常への浸透・アクションを伴走するサポートを提供されている。

この挑戦から学べるのは、提供する形を工夫することで、
DE&Iに対する心を育む取り組みは、企業研修においても実現することができるということ。

最後に、個からDE&Iの心を育むアプローチについて、 ヘラルボニーの代表のお2人にも、お話を伺いました。

ヘラルボニーは、カジュアルに出会えて考えるきっかけを、
しかもポジティブに、楽しく提供したい。

ヘラルボニーのことをすごく応援してくれている知り合いの方がいて。その方がこの前ご家族で食事をしたときに「知的障害者ってどんな人なの？」と娘さんに聞かれたそうです。その方は娘さんが障害のある人と関わらない世界線ですっと生きていのだとそこで気づき、驚いたそうです。今まで子育てや教育にとても自信を持っていたそうなんです、だからこそ「ヘラルボニーの話をしてあげて欲しい」と言われました。日本は個別最適化が進んでいる国だと思うので、障害のある方と直接関わらないということが、もしかしたらどんどん増えてくるんじゃないかと思えます。ヘラルボニーは、カジュアルに出会えて考えるきっかけを、しかもポジティブに、楽しく提供できたらいいなと。堅苦しい教科書みたいな事業にはしたくないなと思っています。

福祉施設がどういうものかを知って、
メンバーが自分の言葉で話せるということは大事にしています。

ヘラルボニーも効率だけ考えたら、作家の担当部署を作って、そこが全部ライセンスを管理してしまえばもっとスムーズだけれど、そうすると、福祉施設に行って作家さんや親御さんとの関わりのあるメンバーとないメンバーで非常にばらついてしまって、本当の課題が見えない。作家さんとのつながりがない社員がいることはもったいない。私たちの事業は、福祉のほんの数パーセントの希望の部分を抽出してやらせてもらっている事業なので、その意味で残りの99%に触れ合う機会がないというのは非常にもったいない。そういう意味では全員がある程度同じ解像度で福祉施設ってどういうものかを知って、自分の言葉で話せるということは大事にしています。



松田 崇弥 Takaya Matsuda

株式会社ヘラルボニー 代表取締役 / Co-CEO
企画会社オレンジ・アンド・パートナーズ、プランナーを経て独立。
双子の松田文登と共にヘラルボニーを設立。
ヘラルボニーのクリエイティブを統括。双子の弟。
世界を変える30歳未満の30人「Forbes 30 UNDER 30 JAPAN」受賞。

障害のある人と直接出会える状態がふつうになってほしい。
ヘラルボニーが、その接着剤になる。

作品として出すことを超えて、障害のある人と直接出会える状態がふつうになってほしい。仮に1人で障害のある方が街で歩いてたとしたら、手を差し伸べる人の割合が増えるとか。全員がそうなるのは難しいと分かっているけど、いろんな人たちが知るきっかけをつくりたい。

知的障害のある方と同じ時間を過ごしたことがある人の割合って、日本は先進国の中で最下位なんです。優秀であればあるほど学校も分離されて、結局障害のある方と出会うきっかけって電車の中とかバスの中とかしかない。でも、そこではもしかしたらパニックになっている障害のある方と出会うと、ちょっとネガティブな印象だけついてしまっている、どうしていいか分からない。みたいなことが結構あると思っています。

ヘラルボニーがあることで、その接着剤になる。「知らない」という状態から「知っている」状態を作るのが、私たちの役割だと思います。

アートというフィルターを通じて今まで障害や福祉に
無意識だった方たちが意識的になっていく

直接出会うための入り口を作っていくのが、ヘラルボニーだなと思っています。アートというフィルターを通じて今まで障害や福祉に無意識だった方たちが少し意識的になっていく。こういう捉え方があるんだと、認識が拡張がしていった先に、直接出会う状態を作る。そうすることでマインドとして変わっていく。そういう導線の1つにヘラルボニーがなっていったら嬉しいなと思っています。

Fumito Matsuda 松田 文登

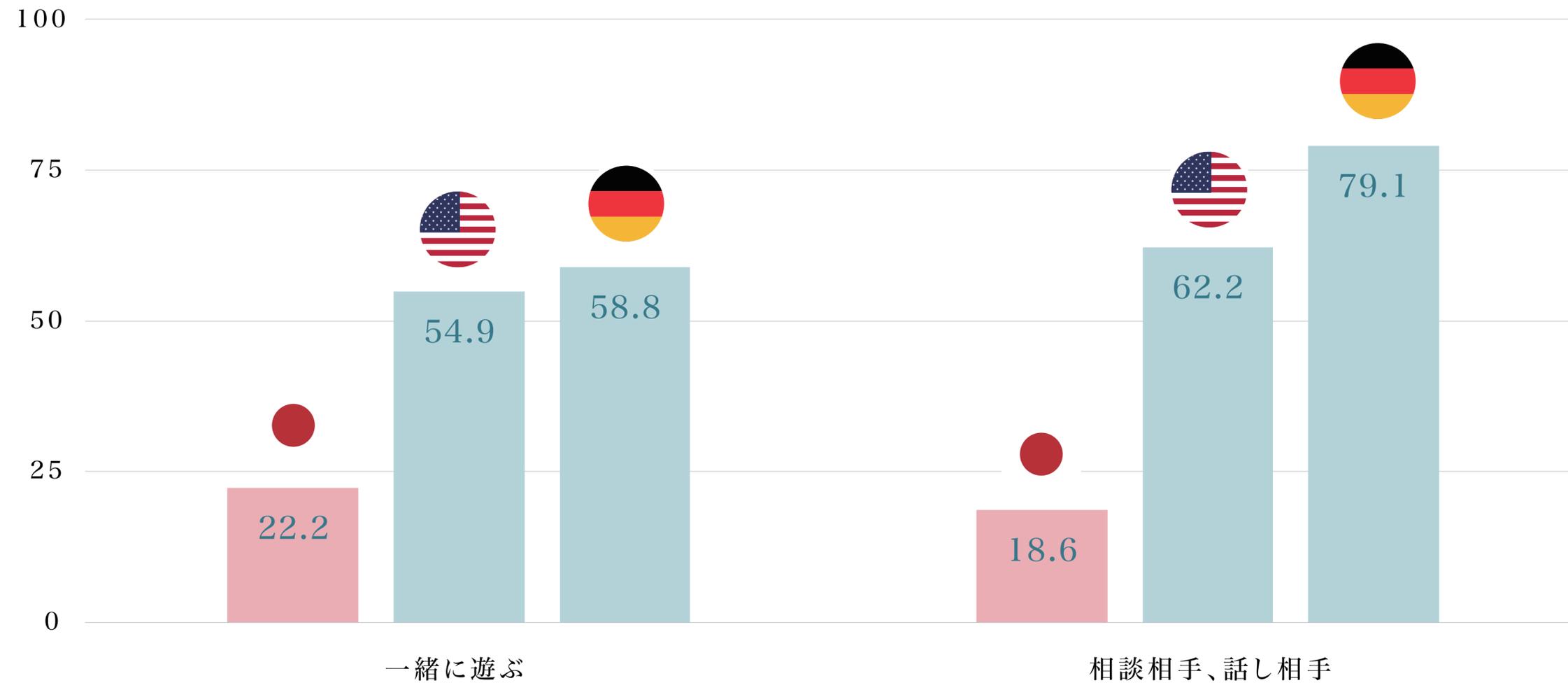
株式会社ヘラルボニー 代表取締役 / Co-CEO
ゼネコン会社で被災地の再建に従事。
その後、双子の松田崇弥と共にヘラルボニーを設立。
ヘラルボニーの営業を統括。双子の兄。
世界を変える30歳未満の30人「Forbes 30 UNDER 30 JAPAN」受賞。



日本は海外に比べて、障害のある方との交流経験が少ない。

だからこそ、個の交流を大切にしていくことが重要になっていくのではないのでしょうか。

障害のある人との交流経験（国際比較）



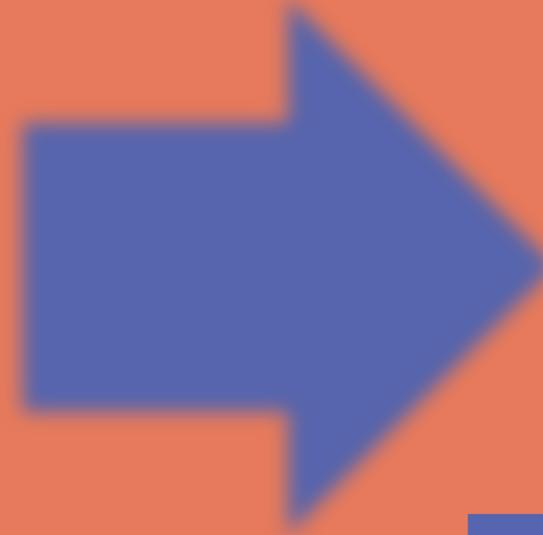
*内閣府「障害者の社会参加促進等に関する国際比較調査(H19)」

FUNclusion! Report

CHAPTER

2

DE&Iを、
企業の現場で、
実践していくためには？



自分自身は多様性を受け入れているけど、
チームや会社全体が同じ気持ちで
仕事をすすめていくことは難しい

保守的な考えの人も多いので、
まだ完全に推進していく機運には
至っていないのではないか

自分はマジョリティ側だと思うけど、
いまいち取り組むことの良さが
イメージできず、積極的になれない

DE&Iの研修を受けて、
現場で実践しようとするけど、
うまくいかない。

取り組みを行うことで
新たな対立が生まれないか心配

個性のある人たちの権利ばかりが
主張されて、何もない人が
我慢することになるのではないかと…

公平性を保つには、実績に伴う
評価制度の構築が必要である。

ビジネスパーソン

7割以上!

2章のテーマ

「知識」から「実践」に移していくにはどうすればいいのか？
戸惑う人も多いそのステップのヒントを、この章で探索していきます。

研修での
知識習得



多様な人が
まざりあった世界



実践に移していくヒントは
まざりあいの先駆者たちから学べるのではないか？



私たちは、日本において先進的な取り組みをしている
企業の事例から、そのエッセンスを学びました。

ePARA

株式会社ePARA

企業概要

ePARA(イーパラ)は、eスポーツを通じて、障害者が自分らしく・やりがいをもって社会参加する支援を行っている。また、支援活動の一環として、バリアフリーeスポーツに関するニュースの取り扱いや、バリアフリーeスポーツ大会の企画運営を行う。ゲームメーカーのサウンドアクセシビリティの監修を手掛けることも。



インタビューした方

代表取締役
加藤大貴さん



ePARAは、主に3つの事業を展開。「バリアフリーeスポーツ事業」では障害当事者の視点を取り入れた多くの人を楽しめるeスポーツ大会を企画運営している。「障害者の就労支援事業」では、自社事業を雇用や業務委託を通じて障害のある方にサポートしてもらうほか、福祉事業所と連携し就労に向けたコンテンツを開発している。また「社会実証および共創・研究開発支援事業」では、企業や研究機関、自治体と共に障害のある方が自分らしく輝ける社会をめざした共同研究を行っている。

<実践のポイント>

eスポーツと一緒にプレイすることで、
人と人のあいだに熱量が生まれる



eスポーツで熱くまざり合う！

ePARAは障害の有無に関係なく、本格的なゲームを楽しめるバリアフリーeスポーツのイベントを企画・運営している。そこでは障害があろうとなかろうと、誰もが熱くeスポーツをプレイし、その熱量を共有する。ePARAは自社内でも部活のようにeスポーツを楽しんでいて、視覚障害や聴覚障害、精神障害のあるメンバーが楽しく熱い時間を過ごす。



驚きとリスペクト、そして温かさで心が満たされる

たとえば視覚障害のある方は“音”のみで状況判断しプレーをするが、ゲーム画面を見ずに繰り返されるハイレベルな技術には驚きとリスペクトの気持ちが生まれる。また代表の加藤さんは自身がバリアフリーeスポーツの場に身を投じるとき「ここなら自分がどんな状態(病気や高齢など)になっても楽しく受け入れてもらえると感じた」と、そのまざりあい空間で感じられる幸せについて語ってくれた。



一般社団法人異言語Lab.

企業概要

異言語Lab.は、「異(ことなる)を楽しむ世界を創る」をミッションに、異なる言語を使用する人同士(音声言語や手話など)の新しいコミュニケーションのカタチを提案していくラボラトリー。

音声言語では成し得ない手段を駆使して、異なる言語を持つ人とコミュニケーションを取りながら謎解きをクリアしていくコンテンツを開発している。プロジェクトメンバーのうち、70%がろう者・難聴者で、30%が聴者。手話を第一言語としている。



インタビューした方

代表理事
菊永ふみさん



異言語Lab.は言語の壁を越えるゲームやツール、ワークショップの企画・運営をしている。聴者とろう者が対等な関係の世界観・設定の「異言語脱出ゲーム」では、手話や音声・日本語を織り交ぜた謎の数々で、聴者と「ろう者(手話を話す人)」・難聴者が一緒にゲームに参加し助け合うことができる新感覚の体験を提供。また、手話や身体を用いて表現するボードゲームやワークショップも開発。一般の謎解きゲーム好きから研修として参加する会社員まで、幅広い人がコンテンツを体験できる。

<実践のポイント>

謎解きゲームに夢中になるうちに、
手話に自然とトライできる。



謎解きゲームの世界でまざりあいチャレンジ！

たとえばろう者がいて、自分は手話を知らないとしたとき、そこで一步踏み出しかかわり合うのは少し勇気がいるかもしれない。だが、異言語Lab.が開発するコンテンツは、ゲームだからこそ失敗も歓迎される。どうしたら手話を用いて上手くコミュニケーションし、ゲームをクリアできるのか、チームで遊びながら考える。その前向きな試行錯誤に大きな意味がある。



楽しい！の気持ちで真ん中のエンタメ体験

異言語Lab.のコンテンツは「体験型エンターテインメント」である。エンタメなので、もちろん楽しいことが大前提。楽しいから人々は積極的に行動して、自分自身から様々な発見を重ねる。分からなかった手話で、ゲームを進める中で物語体験の中の情報とリンクし、「そうか、こういう意味かもしれない」と理解への道が開けたときの喜びは、体験した人を手話に対してより積極的にしてくれる。遊んでいるうちに、前向きな探究学習をしている形だ。



分身ロボットカフェ DAWN ver.β

企業概要

分身ロボットカフェ DAWN ver.βは、株式会社オリィ研究所が運営する、さまざまな理由で外出することが難しい「移動困難者」が分身ロボット『OriHime』や『OriHime-D』を遠隔操作しサービスを提供する常設実験カフェ。分身ロボット『OriHime』は、カメラ・マイク・スピーカーが搭載されており、インターネットを通して操作ができる。生活や仕事の環境、入院や身体障害などによる「移動の制約」を克服し、その場にいるようなコミュニケーションを実現する。

インタビューした方

笹山正浩さん(代表取締役・CEO) 富田豪史さん(分身ロボットカフェ DAWN ver.β 店長)
星佳代さん(コラボレーション事業部)



前述の通り、分身ロボットカフェ DAWN ver.βでは「移動困難者」が、分身ロボットを遠隔操作しサービスを提供する。分身ロボットを通じて働く人々は「パイロット」と呼ばれ、現在80名を超えるパイロットたちが日本国内外から勤務。飲みものをテーブルまで運んだり、接客をしたり、コーヒーを淹れるバリスタになったりする。分身ロボットカフェは、移動困難者ゆえに労働の機会がなかったパイロットたちの挑戦の場となっている。

※パイロットはインタビューをした方とは異なります。※OriHimeは株式会社オリィ研究所の登録商標です。

<実践のポイント>

分身ロボットを通じて、移動困難者である OriHimeパイロットがお客さんと心を通わせる



分身ロボットが移動困難者たちの働く挑戦を可能にする

分身ロボットを通じて働く今のパイロットたちも、以前は移動困難ゆえに働くことができず、自分を肯定する気持ちを持ちにくい人も多かったという。その状況を変えたのが分身ロボットだ。「パイロット」にとっては労働という新たな挑戦であると同時に、お客さんにとっては新しいカフェ体験でもある。分身ロボットに備わったりアクション機能や翻訳機能など、様々な機能を駆使して行われる豊かなコミュニケーションは、訪れる人に驚きとワクワクを与えてくれる。



テクノロジーを起点に「ありがとう」の気持ちが行き交う

ロボットの姿で接客してもらう体験の新鮮さが興味のきっかけだったとしても、傍らに置かれたタブレットの自己紹介文や、会話の中で伝わってくる趣味や人となり、変化を起こす。いつの間にかパイロット本人の魅力が見えてくることで、心の距離は縮まっていく。移動困難者ゆえに対話の機会が少なかったパイロットたちが、お客さんから「ありがとう」をもらい、互いの心をあたため合う素敵な空間となっている。



麺屋 義

企業概要

西日暮里駅より徒歩5分の大通り沿いにある、白を基調とした和風の外観が目を惹く店。店長をはじめ、ほとんどのスタッフは耳の聴こえない人で営む人気ラーメン店。客層は耳の聴こえない人だけでなく、ファミリーやサラリーマン、カップル、外国の観光客など幅広い。



インタビューした方

店長
毛塚和義さん



注目したのは、耳の聴こえないスタッフがお客さんとコミュニケーションをするための工夫が随所にあることだった。例えば、券売機の横には「麺かたい」「麺ふつう」などと書かれた木札が置いてあり、一般的には声に出して伝える好みを、音声情報なしに伝えることができる。また入店時・退店時には「いらっしゃいませ」「ありがとうございました」とアナウンスが流れるため、スタッフがお客さんの出入りを認識できない時でも挨拶ができる。お客さんがラーメンを食べる際のコミュニケーションがスムーズにいくよう、店長は日々試行錯誤しながら工夫を重ねている。

＜実践のポイント＞

美味しいラーメンを起点に生まれる、 お客さんと店長のポジティブなやりとりが心地良い



義の店長毛塚さんとスタッフの皆さん
(ポーズは手話で「ラーメン」という意味)

*お客さんからプレゼントしてもらった
義のラーメンのミニチュア

「美味しかった、ありがとう」を、耳の聴こえない店長たちに伝えたい

麺屋義のラーメンはこだわり抜かれた秀逸な一品で、地域の人々やラーメン愛好家たちから愛されている。そんな義のラーメンを食べ終えどんぶりが空になると、底に「ありがとう」を意味する手話のイラストが現れる。美味しい幸せで満たされているまさにその時に、感謝の伝え方を教えてくれるイラストに、お客さんは背中を押される。退店時に「ありがとう」と、初めての手話で店長やスタッフに伝えてくれる人は多いという。



伝えたい気持ちを大切にすることから、義では豊かな交流が生まれる。

お客さんの手話がたとえ間違っているとしても、訂正をするのではなく気持ちよく「ありがとう」と手話で返すのが店長流。そうして感謝の気持ちが通じ合った体験はお客さんへの手話への積極性を生み、家に帰ってから正しい手話を学ぶ人もいます。中には「店員さんと手話でやり取りできる手話表が欲しい」とアンケートでリクエストする人や、サプライズで店長にプレゼント(*)をくれる人もいて、ポジティブなコミュニケーションが生まれる場となっている。

こどもたちのために、日本を変える
Florence

認定NPO法人 フローレンス

企業概要

フローレンスは病理保育や障害児保育などの領域を中心に事業を展開しながら、政策提言なども行っている日本最大級のNPO法人。障害のあるメンバーで構成されるチーム「オペレーションズ」が社内で活躍しており、2017年のスタートから離職者はゼロ。障がい者雇用のノウハウを、オウンドメディアを通じて発信したりもしている。



インタビューした方

障害者雇用チーム
和田直美さん



障害のあるメンバーのチーム「オペレーションズ」の仕事内容は、総務業務や他事業部からの依頼業務など。彼らに業務依頼することにより、依頼元の部署はより多くの時間を創出できる。丁寧で熱意のある彼らの仕事ぶりに、依頼をした「スタッフ」はオペレーションズのファンになることも多いという。また、一般雇用スタッフと工夫して一緒にフラットに働くことを、フローレンスは重視している。得意も苦手もみんなオープンにする「自己紹介カード」や、共通の趣味で繋がる「同好会」の存在など、自然でフラットな関係性が生まれる仕組みが数多くある。

<実践のポイント>

共通の趣味で心の距離は縮まっていく。 フラットな関係を生む「同好会」の存在



共通の趣味を通じてまざり合う「同好会」の存在

フローレンスには社内同好会がある。それぞれ共通の趣味をもつ人たちが集まっていて、そこでは障害のあるメンバーもそうでないメンバーもフラットに楽しんでいる。例えばアイドルの推し活をする同好会なら、障害があろうとなかろうと、そこではみんな同じ「ファン」であり、楽しい時間を共に過ごすにはそれで十分だ。そのほか複数の同好会や部活があって、部署横断、年代横断、障害の有無も横断して、フローレンスの「スタッフ」たちは自然とまざりあっている。



フラットな関係性で分かち合い、ワンチームで働く

障害の有無にかかわらずフラットな関係をつくる仕組み、業務をする流れの中にも存在する。例えば「自己紹介カード」でお互いの得意なことだけでなく、苦手なこともオープンにして、お互いがケアしあって心理的安全性を高めている。また、オペレーションズにサポートしてもらう業務が向かう先にはどんな未来が待っているのか、ビジョンを共有して業務に臨むことで、ちがう立場でも同じ目標に向かってワンチームで進んでいく組織文化がある。

注目したポイント

実践者たちの取り組みには、人々をまざりあいの世界に誘い出す
楽しさを起点に絆が深まる「FUN」なきっかけがありました。

ゲーム

ラーメン

ボードゲーム

推し活

スポーツ

ロボット

カフェ

脱出ゲーム

FUNな取り組みに共通するポイント

01

ほぐれた心で まざりあえる

まざりあいの中心にあるのは
「楽しい」「好き」といったFUNな感情

02

失敗・ まちがいもOK

失敗を心配して何もしないのではなく、
トライと成功体験を積み重ねる

03

明るい気持ちをも ち帰る

楽しい記憶として覚えてもらおうと、
まざりあいに積極的になれる



FUNが効果的なのは・・・私たちが、「ちがひ」とまざりあうことに対して「怖さ」や「怯え」の感情をもっているからかもしれません。

- ✓ DE&Iは、理想的だが、妥協点を求めなければならない。
- ✓ 取り組みを行うことで新たな対立が生まれまいか心配
- ✓ 従業員一人ひとりの働き心地の良さと言うと聞こえは良いが結局のところ一人ひとりの価値観が異なることによって、誰かが我慢しなければならないというのが現在の状況だ。非常にネガティブな抵抗感がある。
- ✓ 文化の違いでぶつかることはある
- ✓ とても素敵なおことだと思ひます。しかし時にはそれを盾に行き過ぎた主張を通そうとする人も出てくる可能性があり、ややそこへ不安を感じてひます。
- ✓ 同時に相応の対話が不可欠になってくる
- ✓ 得て不得手な部分はあると思うのでそのあたりの線引きの考え方が難しくはある。
- ✓ 全員が嫌な思ひを感じずに働くことは難しい
- ✓ 文化の違いなどから、なかなか互いに受け入れられない場面など些細な事でお小さな不満などが溜まりそう。
- ✓ 内容自体は素敵なおことだと思ひますが実際どうしたらいいのか、へんに意識しすぎるせいで余計なおことにならないかと思ひ
- ✓ 理解することはできても、受け入れて生活に馴染んでいくにはまだまだ時間がかかると思ひ。

「楽しい」「好き」というFUNな気持ちや体験を共有すると、
ちがいに対する不安がほぐれ、まざりあいの橋がかかる。
事例の研究から、そんな事実を見つけることができました。

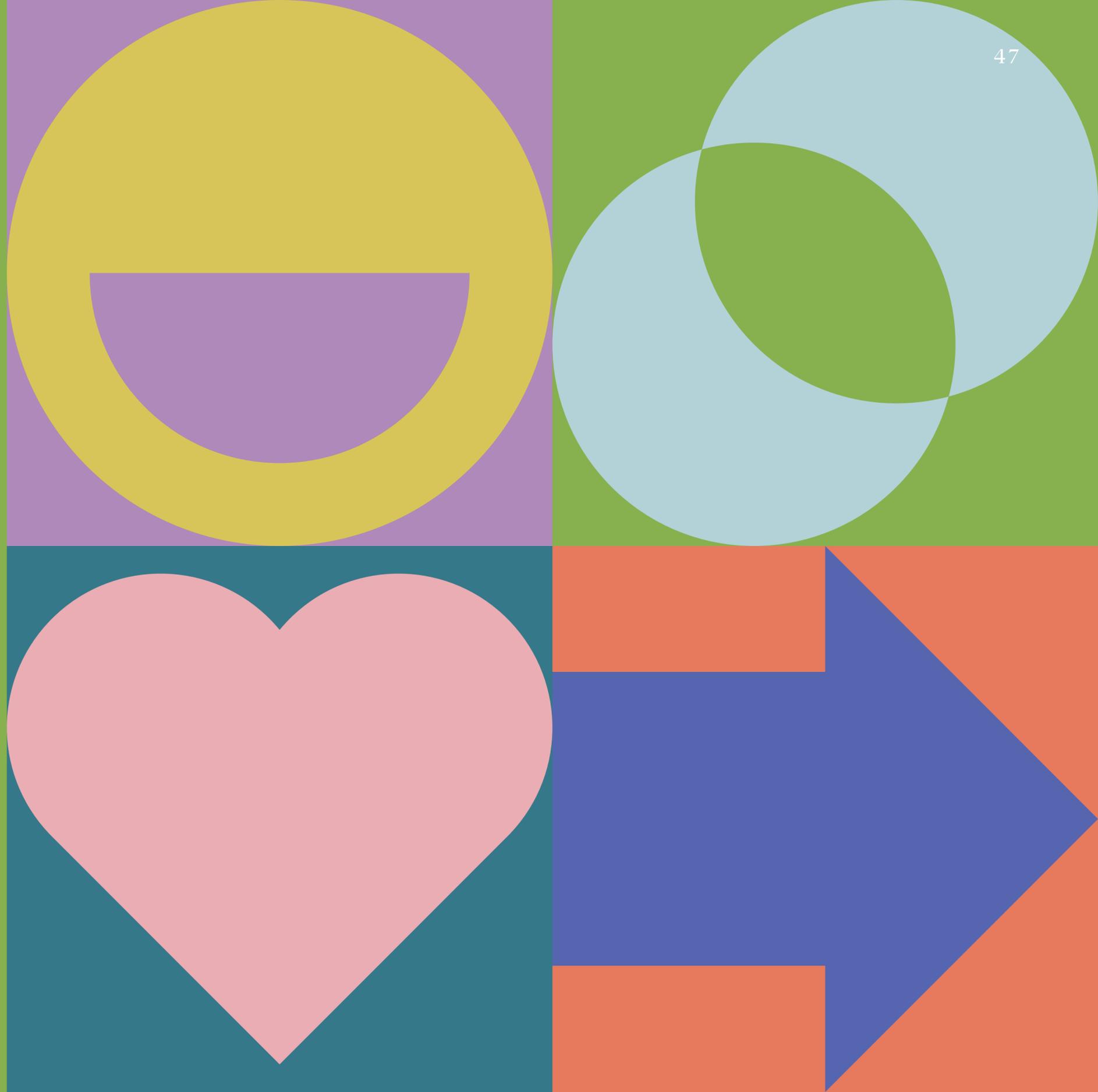


FUNclusion! Report

CHAPTER

3

FUNから共にまざりあう、
新しいインクルージョンの広げ方
FUNclusion

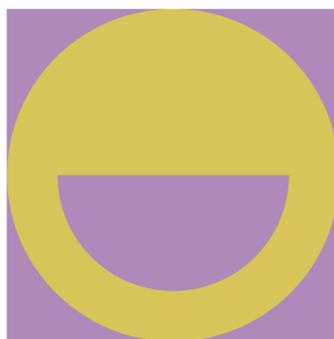


CONCEPT

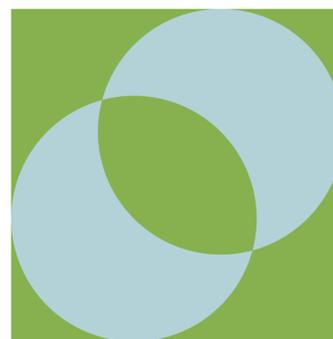
FUNclusion!

FUNからはじめる。心がまざる。

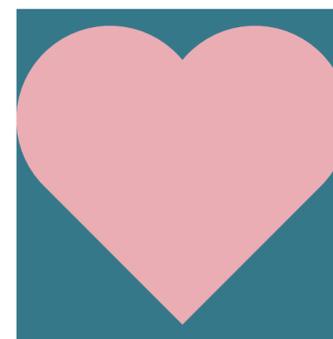
「楽しい」や「好き」をきっかけに個に目を向け、まざりあいを生むインクルージョンの新しい広げ方



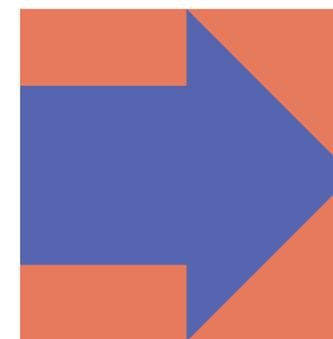
FUN



BOND



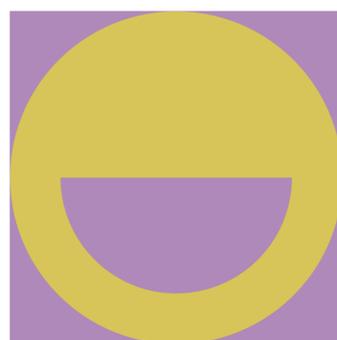
HEART



BATON

<4ステップのFUNclusionデザイン>

企業活動のDE&I推進を、FUNを起点に進めるための
4つのステップをご提案します。

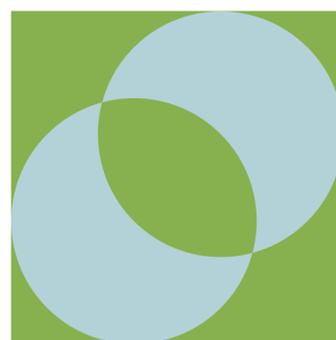


FUN

FUNな体験を
共有する



FUNを起点にした体験
を取り入れ、一人ひとりが
ポジティブな気持ちで
繋がる

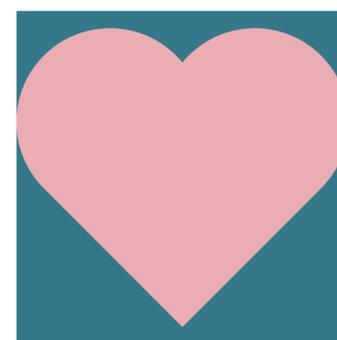


BOND

共有を繰り返す
ことで絆をつくる



FUNな共有体験を継続
する仕組みをつくる。複
数回の関わりあいにより
深い親和感を生む。

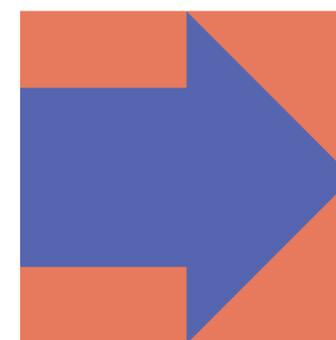


HEART

ちがいを大切に
する心を育む



関わりあった人のちがいを
大切にできるようになる。
さらに他の人にも目を
向けるようになる。



BATON

その気持ちを
周りの人に伝える



FUNを起点にちがいを
認め合える良さを周囲の
人にも伝える。

<FUNclusionの何がいいのか>

FUNな共有体験を通じて絆が生まれていくから、
自然とちがいを大切にでき、行動につながっていく。

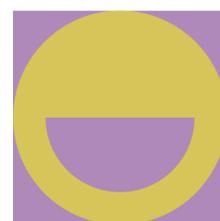
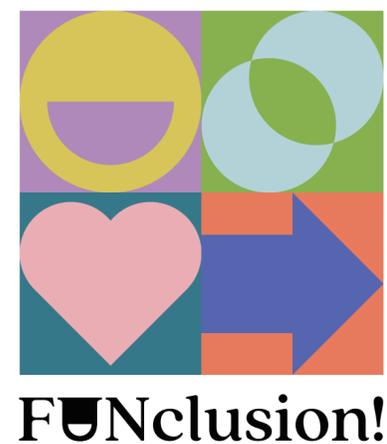
従来の
企業のDE&I



ちがいを大切に
する心を育む



個に目を向けずに、
いきなり実践!は、
リスクも考えて、
消極的になってしまう。



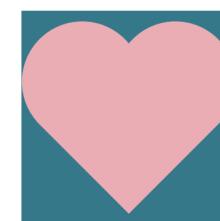
FUN

FUNな体験を
共有する



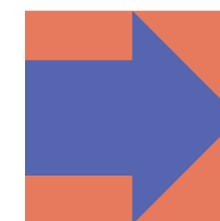
BOND

共有を繰り返す
ことで絆をつくる



HEART

ちがいを大切に
する心を育む



BATON

その気持ちを
周りの人に伝える



喜びの体験を分かち合うFUNclusionは、出発点になる。 「ちがい」でなく「同じ」から始まる新しいアプローチ。

「ちがい」ではなく「同じ」から始まる新しいアプローチ

FUNという喜び、楽しみを起点にするという着眼が、今まであったものと異なると感じました。これまでのソリューションの挑戦は、例えばマイノリティ性を持った方々の「ちがい」を前提として出発することが多かった気がするんです。FUNから出発するというのは、それとちょうど真反対で「同じだ」という前提から出発することなのだと思います。すでにある「私たちは同じだ」という事実には到達する。それを信じた価値観から構築されたアプローチであるということが、従来のものとの大きな違いだと感じました。

理屈抜きで楽しいことを介すると、“インクルージョン”を 頭で考える必要すらないのかも

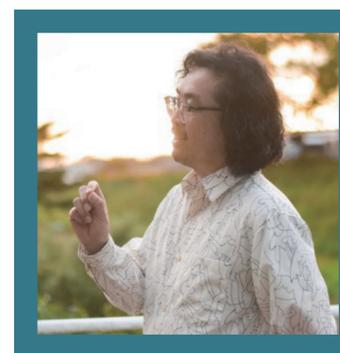
今は学校も支援学級や支援学校と分かれていて、国連からそれを是正するよう勧告もされている状況ですが、よく昔はクラスにあたり前に障害のある子がいて、普通に一緒に遊んでたんだよ、という話を聞くことがあります。ちがいをもった子たちが、一緒に鬼ごっこしてたと。鬼ごっこを一緒に楽しんでいると、インクルージョンだなんだと考える必要すらないのかもしれない。理屈抜きで楽しいことや、ついつい夢中になることを介して一緒に時間を過ごすという、時間と感情の共有。一つの場を通して喜びの体験が分かち合われる。同じ喜びを感じ、持ち帰るという導線になるのだと感じました。

FUNclusionは出発点で基礎。

もっと先まで進展させることができる。

FUNclusionは出発点であり、基礎になっていくものだと思います。この上に、それぞれの組織やコミュニティの固有の状況・局面に応じて、次の工程を積み上げる。そうすることで多様な進展につなげていくことができる。かなり長期的な展開の土台の役割を、持続的に果たすことができるだろうと思います。

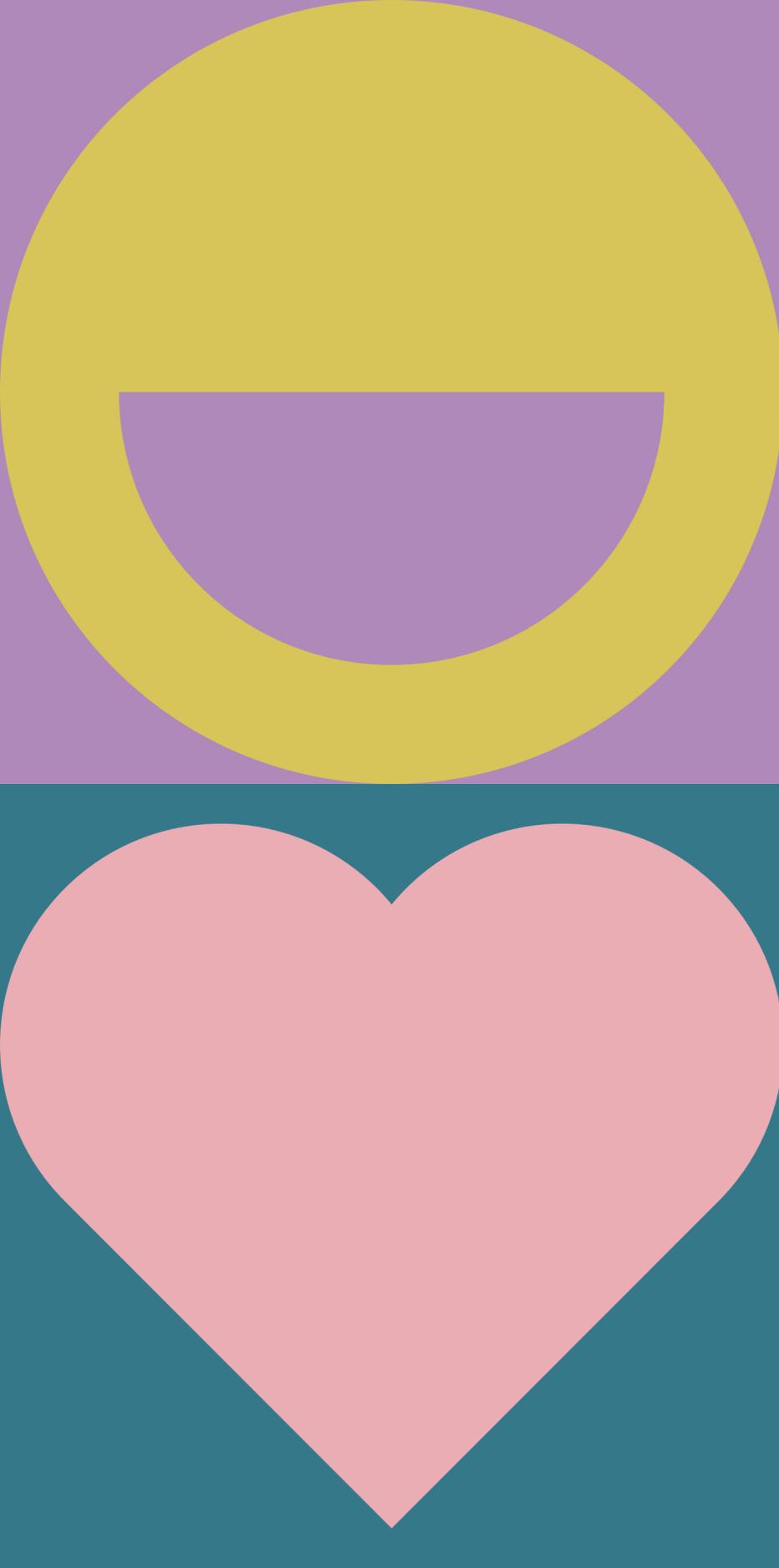
なので、DE&Iの入り口として機能するだけのものではないと思うんです。そもそも人と人のつながり、例えばBONDの創出も、理念や理想で誘導するものではないと思います。人の関係性は、最終的に個人個人の肌感覚でつながるもの。いくら理屈で納得させられても、肌感覚のところでは本当の親和感を感じられなければ、最終的に成立しないはず。肌感覚の親和性を生み出すには、感情や時間の共有が大切だと感じます。



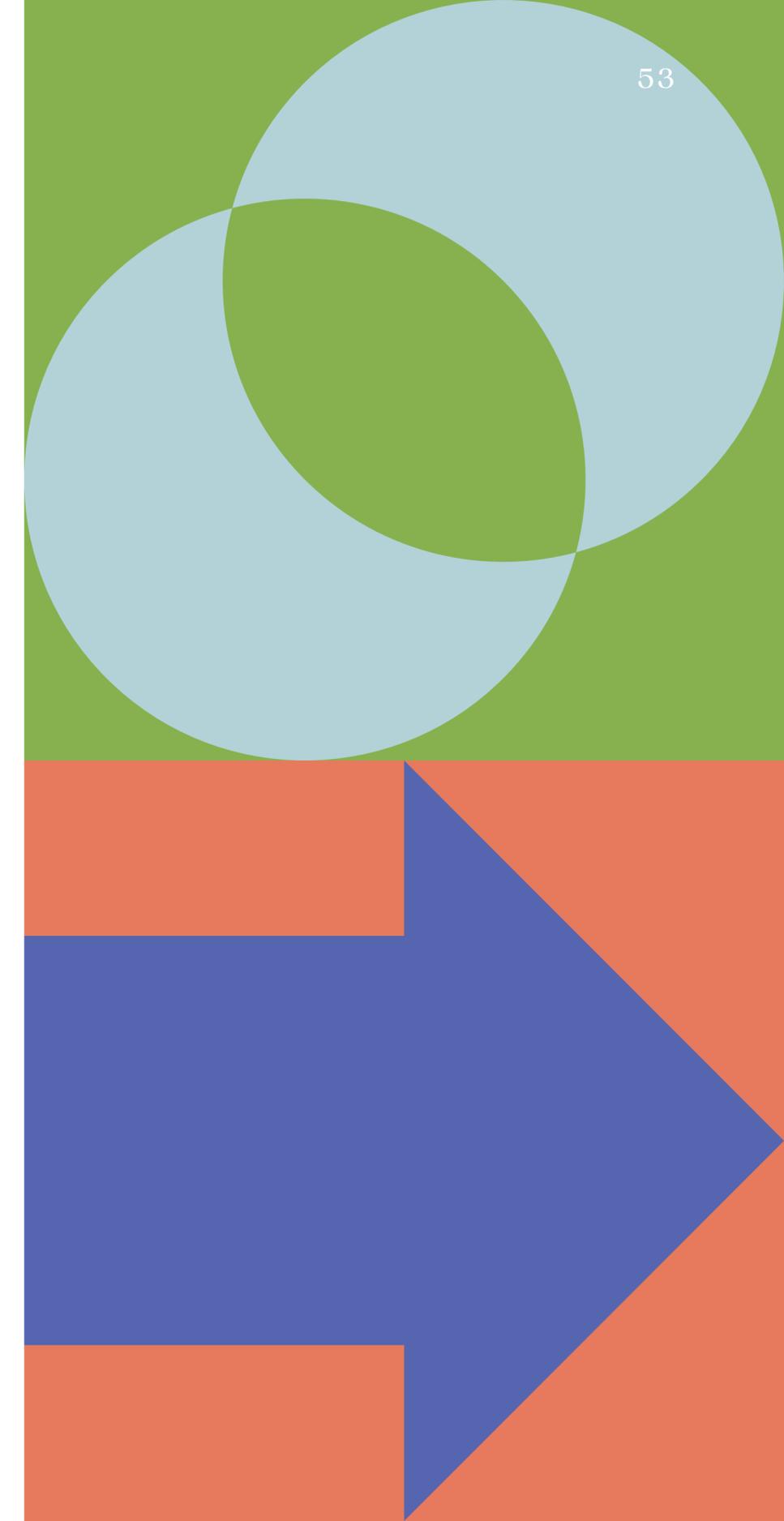
板垣 崇志 Takashi Itagaki

るんびにい美術館アートディレクター / しゃかいのくすり研究所代表

1971年岩手県生まれ。脳機能の研究から銅版画に転向した大学時代を経て、1998年に縁あって地元の障害者支援施設を訪ねる。そこで暮らす方たちの豊かな人間性と造形作品に衝撃を受け、以後知的な障害や精神の障害のある方々の造形表現の支援に取り組む。るんびにい美術館設立計画に携わり、2007年の開館と共に同館アートディレクター就任。その実践をさらに拡張するため2020年「しゃかいのくすり研究所」を設立、同代表。一般社団法人Connected Ink Village理事。

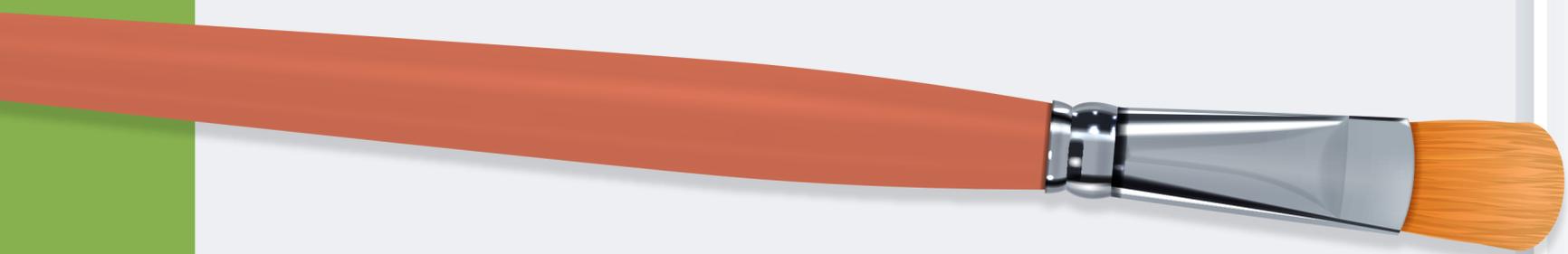


なにから始めたらいいの？



自社のDE&Iを問いなおすフレームワーク

FUNclusion! Palette



FUNclusionの考え方をを用いることで、
企業の活動をより豊かに前進させていくことが
できるのではないかと、私たちは考えます。

例えば、組織運営に！

社員一人ひとりの
好きが混ざり合い
自分らしく豊かに
働ける組織運営



例えば、マーケティングに！

顧客一人ひとりの
好きなことから深く
関わり、対話する
マーケティング/
商品開発



その検討をサポートするフレームを開発しました。

FUNclusion! Palette ワークシート

STEP 1

テーマ／領域を選ぶ

社内交流

商品開発

STEP 2

現在の取り組み
の棚卸し

FUN

<社内交流> レクリエーション
<商品開発> 顧客とのワークショップ

BOND

<社内交流> 部会
<商品開発> ファンイベント

HEART

<社内交流> DE&I研修
<商品開発> 顧客起点の商品開発

BATON

<社内交流> 社内報での発信
<商品開発> 売場や広告を通じた商品／サービス体験の提供

STEP 3

問いを使って
チームで対話する

インクルーシブ性

持続可能性

心理的安全性

多様な人が参加できる場/サービス・商品になっているか

継続しやすい無理のない体験設計になっているか

誰もが続けやすい場/サービス・商品になっているか

多様な人が続けやすい場/サービス・商品になっているか

絆が醸成できるまで繋がりをもてる場/サービス・商品になっているか

失敗しても参加し続けていい空気感があるか

多様な人が、ちがいを受け入れやすい場/サービス・商品になっているか

「ちがい」を知れる機会が継続して用意されているか

「ちがい」を認めあえる空気感があるか

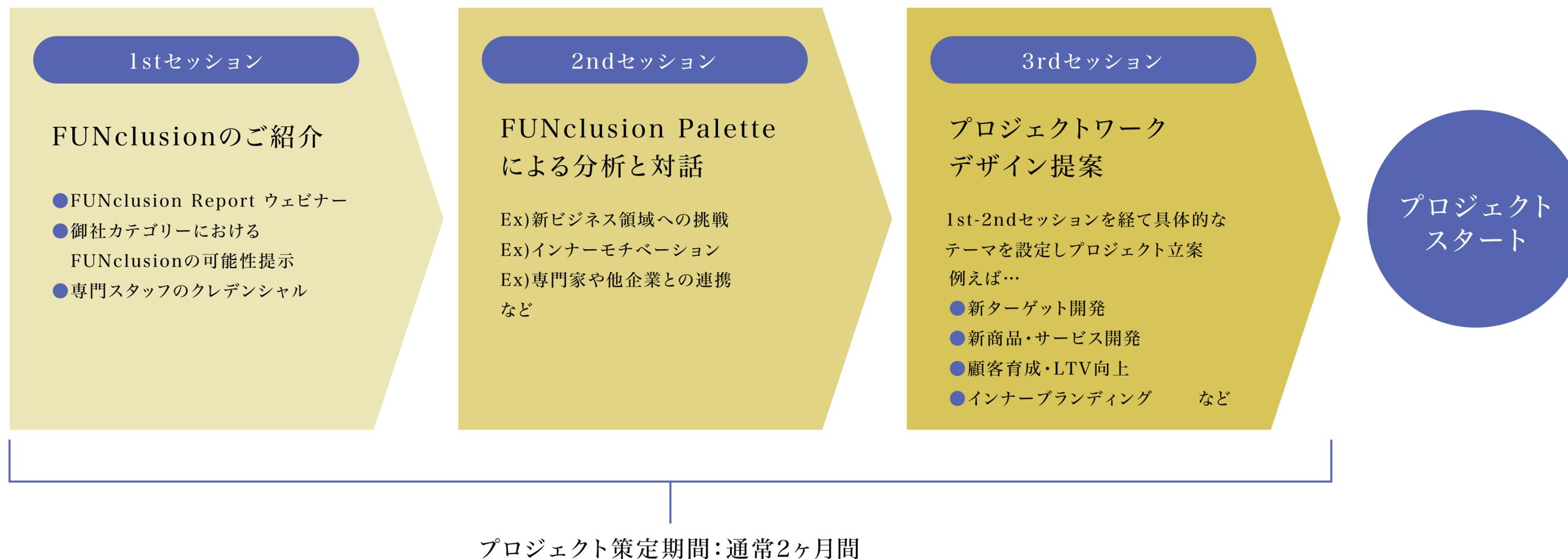
多様な人を誘いやすい場/サービス・商品になっているか

「FUN」の輪を周囲に共有する機会が定期的にあるか

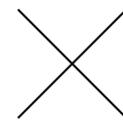
「FUN」の輪を広げていく人を応援する空気感があるか

<ソリューションメニュー>

私たちは、レポートのご説明から、皆様の課題に合わせた
FUNclusionの活用方法をご提案し、プロジェクト開始までファシリテーションします！



FUNclusion × Marketingを 一緒に実践するパートナーを募集しています！



Marketing

FUNclusionには、顧客との関係性を深め、多様にするなど、マーケティングを発展させる可能性を感じています。テスト導入や研究・探索をご一緒いただける方を探しています。

以下のようなニーズをお持ちの方たちにおススメ

- ✓ 顧客と深い関係性をつくり、ホンネを知りたい
- ✓ まだ出会ってない多様な顧客と、出会いたい
- ✓ もっと多様な顧客が混ざり合っていく
商品・サービス・コミュニケーションを生み出したい
- ✓ 新しいマーケティングのアプローチを探している

funclusion@daiko.co.jp までお問い合わせください！

おわりに

FUNclusion! は、 DE&Iへの一歩。

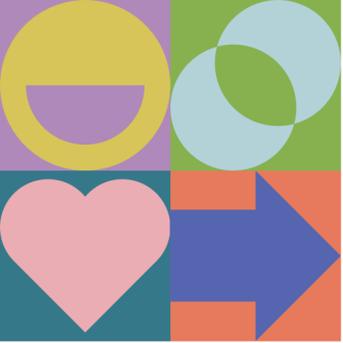
DE&Iは、企業内で完結することではありません。

今回のインタビューでは、企業内だけでない
世の中にあるたくさんのハードルについて伺いました。

このレポートはあくまでDE&Iの一歩。

ただ、みなさんの大切な第一歩になったら嬉しいと思うとともに、

この発行をきっかけに様々な活動を、
サポートしていきたいと考えています。



Share with Everyone

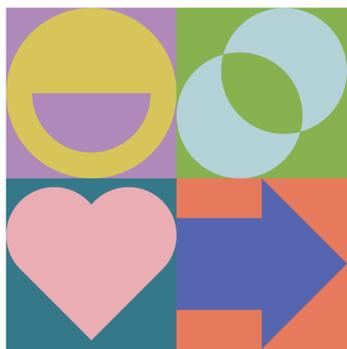
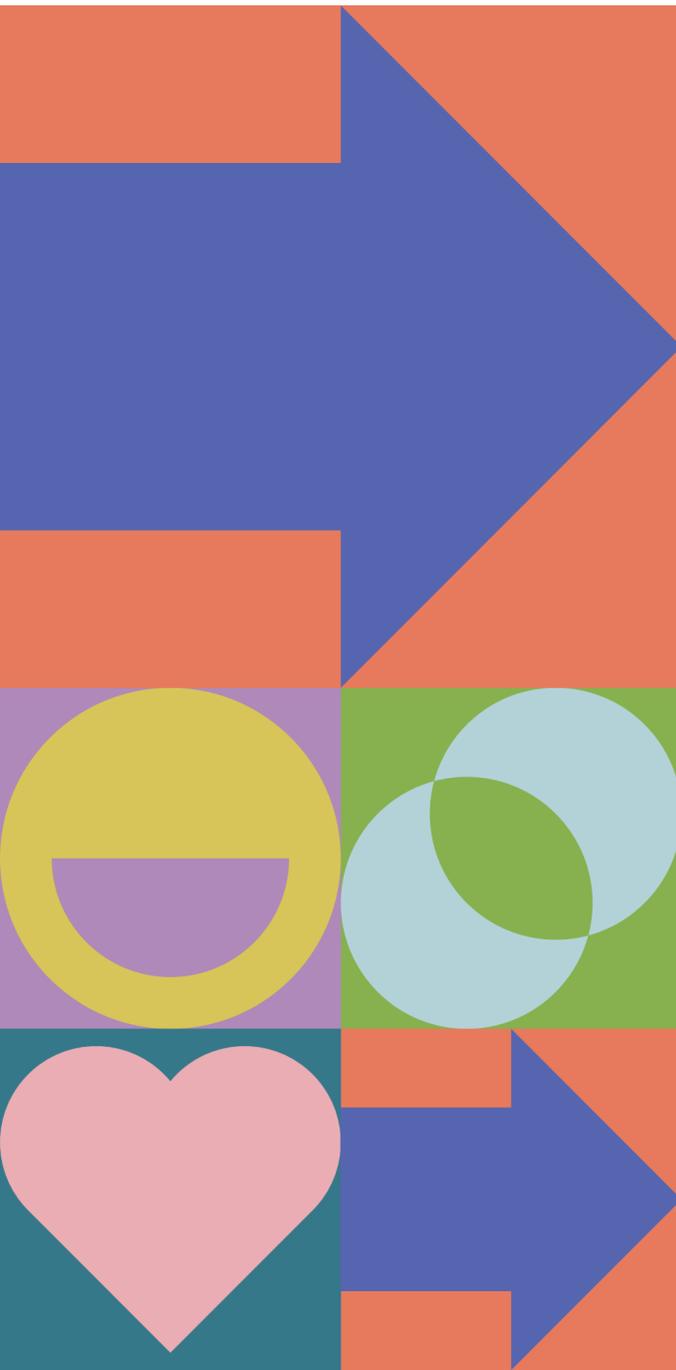
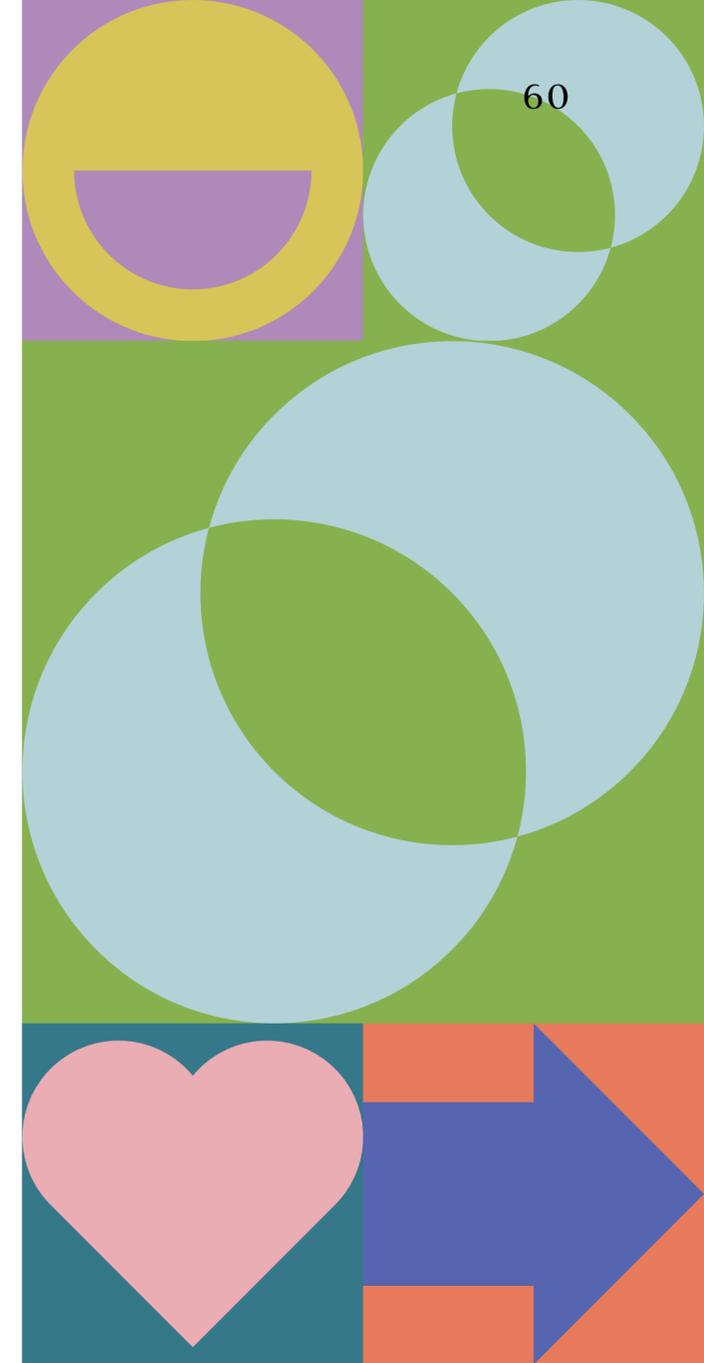
本レポートの内容は出典表記を
いただくことでどなたでも使っていただけます。

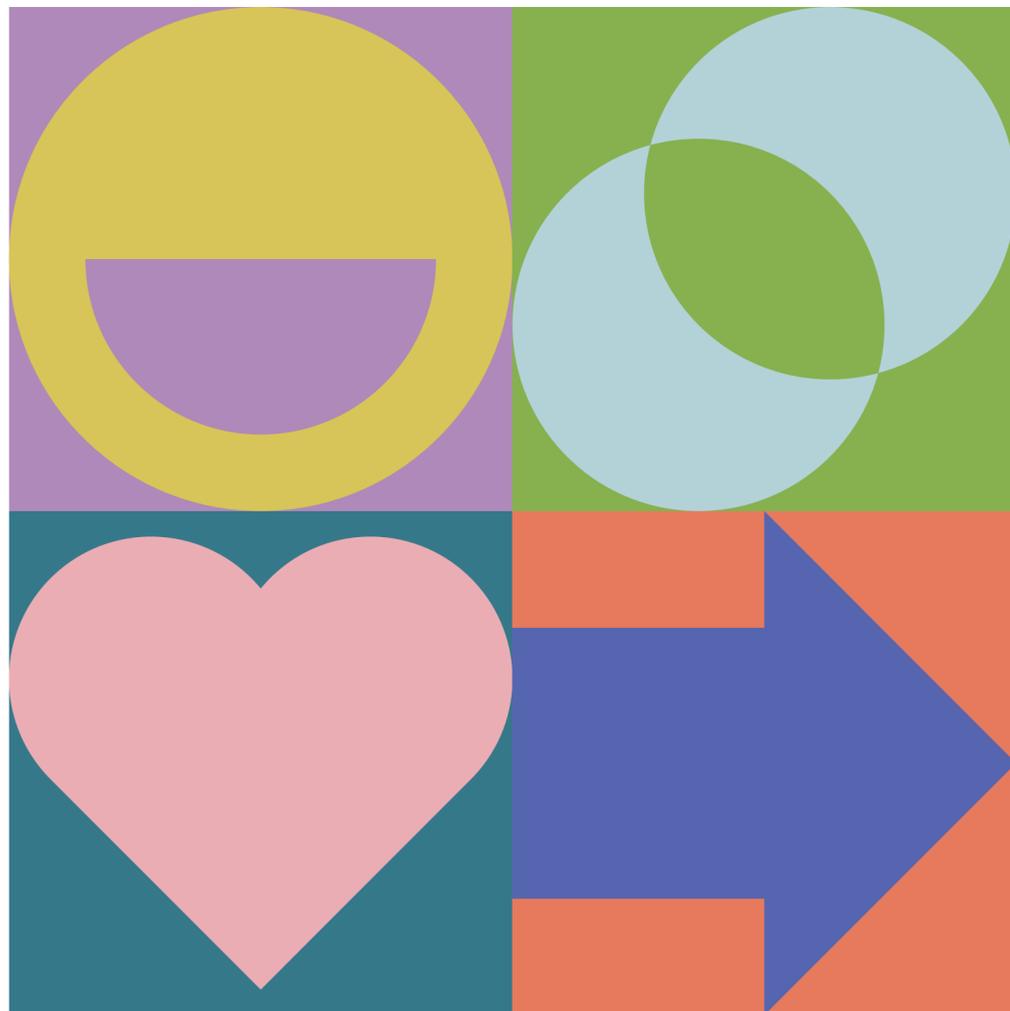
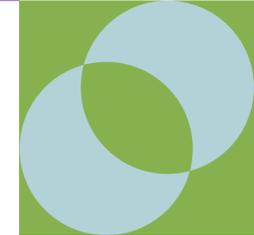
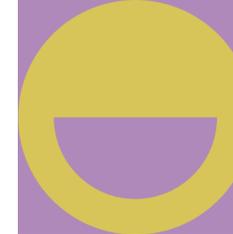
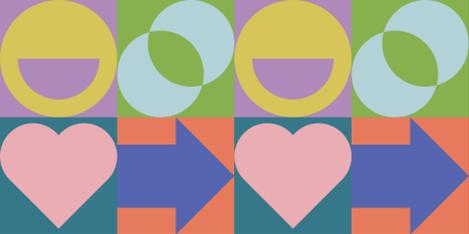
詳細データのお問合せはこちらまで

funclusion @ daiko.co.jp

出典表記

DAIKO & SIGNING「FUNclusion Report」(2024.12)





FUNclusion!

Staff

「ザ・ウェルビーイングレポート」編集チーム

私たちは、「生活者がWell-beingな社会を目指していく中で、企業のマーケティングはどうあるべきか？」についての情報提供を行うレポートシリーズを過去2回発行。今回はウェルビーイングな社会を叶えていくために、企業のマーケティングは「多様性」をどう捉え、どのようにあるべきかに着目し、レポートを作成しました。

編集	宮下陽介 / DAIKO 白岩莉子 / DAIKO	岡村和樹 / SIGNING 小林桃子 / DAIKO
企画	鈴木良平 / DAIKO 亀山淳史郎 / SIGNING	漆谷浩 / SIGNING
協力	西岡岳 / DAIKO	本村勇人 / SIGNING
共同研究パートナー	HERALBONY	
取材協力	山下完和 やまなみ工房 株式会社ePARA 株式会社オリィ研究所 麴屋 義	板垣崇志 るんびにい美術館 一般社団法人異言語Lab. 認定NPO法人フローレンス
デザイン イラスト	小林喜佐斗 / MATO 河野佑香 / MATO	

発行元

Daiko Advertising Inc.
SIGNING Ltd.

