COLUMN 県内大学発

経世済民

新たなイノベーションのかたち

埼玉学園大 工藤 悟志
経済経営学部 准教授

「インクルーシブデザイン」とは、高齢者、障害者、外国人など、製品・サービスをつくり出す過程でメインターゲットとされていなかった人たちの発想や行動を、企画・開発の初期段階から取り入れていく手法のことです。多様な人々を巻き込む（include）ことで、マジョリティーの視点では見逃されがちなアイデアが生まれ、イノベーション創出につながることが期待されています。

このインクルーシブデザインは、さまざまな企業が積極的に取り組むようになってきており、例えばコクヨは2024年の新製品の20%にインクルーシブデザインを導入すると発表し、達成しました。遊具メーカー「ジャクエツ」のインクルーシブ遊具が、「2024年グッドデザイン大賞」を受賞しました。私たちが気付いていないだけで、身近なところにもインクルーシブデザインは広がっています。

インクルーシブデザインはどのように発展してきたのでしょうか。「障害×デザイン」という視点では、「バリアフリーデザイン」や「ユニバーサルデザイン」という言葉が先に出てきました。この二つはどちらかといえば北米発の言葉で、退役軍人の方が障害を負った状態でも社会参加できるようにするという公民権の考え方などがスタートだとも言われています。欧州では「アクセシブルデザイン」「デザイン・フォー・オール」などの表現が使われていたのですが、1990年代後半に、英国ロンドンにあるロイヤル・カレッジ・オブ・アートで「インクルーシブデザイン」という言葉が使われるようになりました。ユニバーサルデザインには、出来上がった製品をいろいろな人が使えるかどうか検証する「チェックリスト」として広がった面が強くありましたが、インクルーシブデザインは、デザイナーが障害のある人などからインスピレーションを得ながら、一緒に制作を進めていくというように、重視するステージが変わりました。

企業がインクルーシブデザインに取り組むときに大事なことは、今までとは違う人の声を聞くことです。自社の製品やサービスを「使わない人」「使えない人」「使おうと思わない人」の声が重要です。この3種類の人たちがいれば、おそらく今までにないデザインのきっかけが見つかります。そして、そのような意見を踏まえ、観察を大事にすることです。観察してみると、何が問題の本質なのか気付くことができます。

インクルーシブデザインの考え方や取り組みはどんどん拡大しています。これからは、ものづくりだけでなくダイナミックな社会変革でも取り組まれていく、新しいイノベーションのかたちです。

くどう・さとし　一橋大学大学院商学研究科博士後期課程。大手上場企業、外資系経営コンサルティング会社でビジネスを実践。東京大学、国立研究開発法人産業技術総合研究所（AIST）などを経て、2023年4月より現職。文部科学省科学技術・学術政策研究所客員研究員、東京外国語大学、上智大学などで非常勤講師を兼任。学術研究を生かした経営コンサルティング、企業研修も手がける。専門は経営戦略、経営管理、イノベーション・マネジメント。