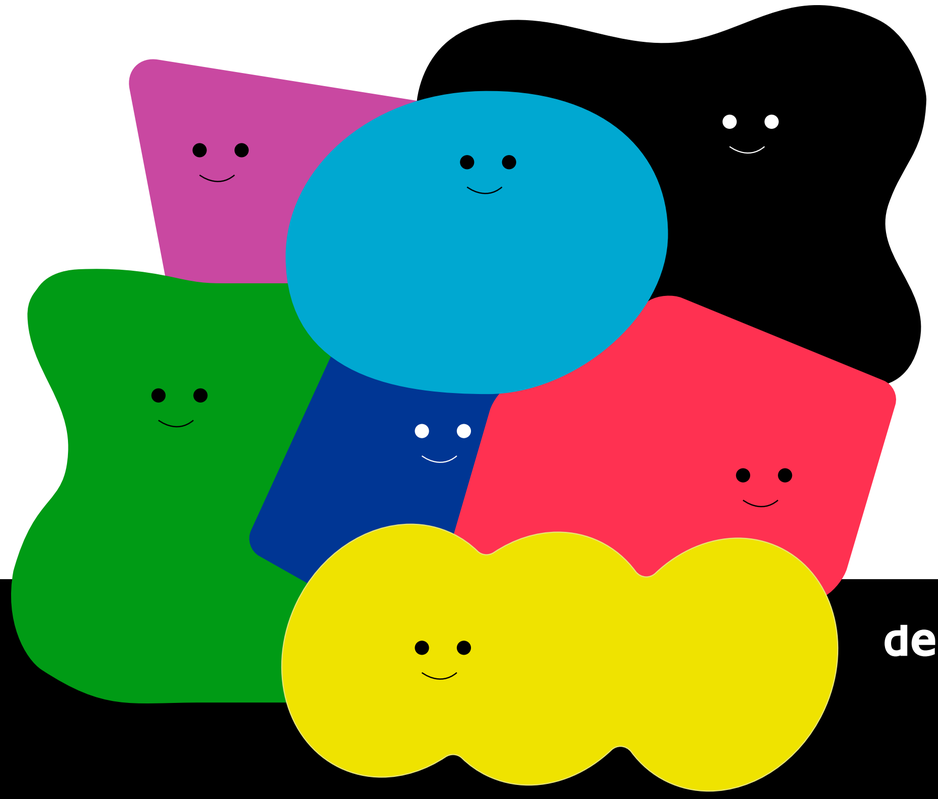
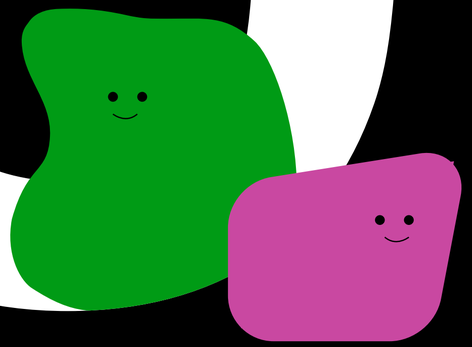
みんコミュデザイン

みんなのコミュニケーションデザインガイド



dentsu japan

01



このガイドについて

誰かのため、は、みんなのためになる。

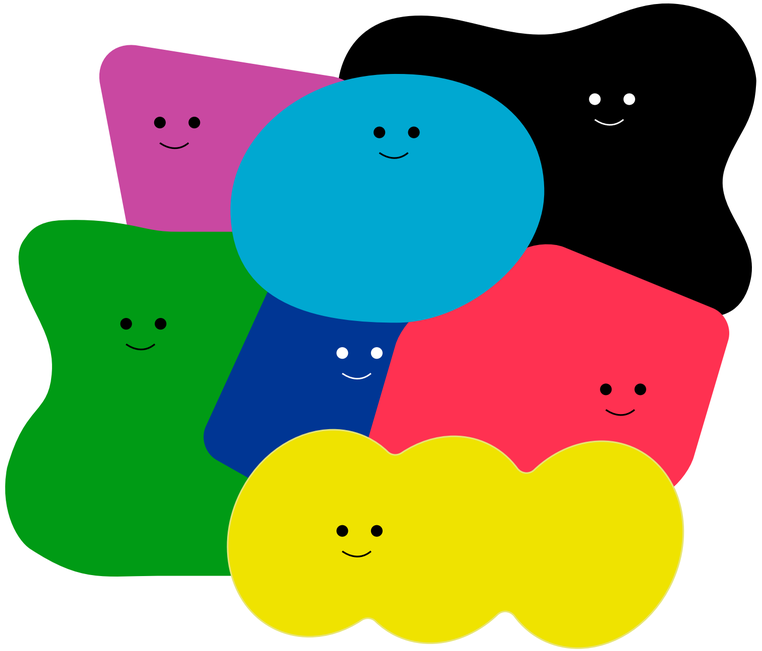
dentsu Japanは、事業活動にかかわるすべてのコミュニケーション活動を、
人権尊重の観点からも豊かなものにしたいと考えています。

さまざまなコミュニケーションにおいて、
「誰一人取り残されない」という多様性（ダイバーシティ）や包摂性（インクルージョン）のある考え方が
ますます重要になってきているいま、その考え方を、
みんコミュデザイン（みんなのコミュニケーションデザイン）
としてまとめたのがこのガイドです。

コミュニケーションを提供する人が義務的に対応するのではなく、
積極的に取り組むことで、よりたくさんのユーザー、ゲストに、
これまでにない素晴らしい体験をお届けするチャンスにもなるはずです。

このガイドでは、主に日本国内で活動するdentsu Japanの9社が、
基本的なことからまだあまり知られていない最近の事例まで、
各社のノウハウを収集し紹介しています。
ご活用いただくことで、コミュニケーションから取り残される人が一人でも少なくなりますように。

※コミュケーションデザイン…コミュニケーションの設計を行うこと。



『みんなのコミュニケーションデザインガイド』制作グループ
電通　電通デジタル　電通ライブ　電通プロモーションプラス　電通PRコンサルティング　電通クリエイティブフォース
電通クリエイティブピクチャーズ　電通総研　電通プロモーションエグゼ

INDEX

01 このガイドについて

01_1 …… このガイドについて
01_2 …… ガイドの構成（P04）
01_3/4 …… みんコミュデザイン（P05〜P06）

02「みんな」ってどんな人たち？

02_0 ……「みんな」ってどんな人たち？（P08）

ジェネレーション

02_1-1 …… 高齢の人（P09）
02_1-2 …… こどもとその家庭（P10）

ジェンダー・セクシュアリティ

02_2-1 …… 多様な性的指向（P11）
02_2-2 …… 多様な性自認（P12）
02_2-3 …… 女性、男性という捉え方（P13）
02_2-4 …… コラム：日本のLGBTQ＋関連、3つの法制度の進展（P14）

多文化

02_3-1 …… 多様な民族・多様な文化（P15）
02_3-2 …… 日本語以外を第一言語とする人（P16）

障害のある人

02_4-1 …… 見えない人・見えにくい人、色が見分けにくい人、聞こえない人・聞こえにくい人（P17〜P19）
02_4-2 …… 歩くことに不便のある人、手や腕に不便のある人（P20〜P21）
02_4-3 …… 知的障害のある人、精神・発達障害のある人（P22〜P23）
02_4-4 …… 内部障害のある人（P24）
02_4-5 …… コラム：障害者差別解消法について（P25〜P26）

03 各メディアごとのコミュニケーションデザイン

03_0 …… みんコミュデザインのフィールド、体制（P28）
03_1 …… みんなのイベントスペース（P29〜P35）
03_2 …… みんなのグッズ（P36〜P40）
03_3 …… みんなの印刷（P41〜P44）
03_4 …… みんなの動画コンテンツ・CM（P45〜P48）
03_5 …… みんなのウェブサイト・アプリ（P49〜P54）
03_6 …… みんなのXR（VR・AR）（P55〜P59）
03_7 …… みんなのくらしのシステム・サービス（P60〜P64）

「みんな」に役立つソリューション

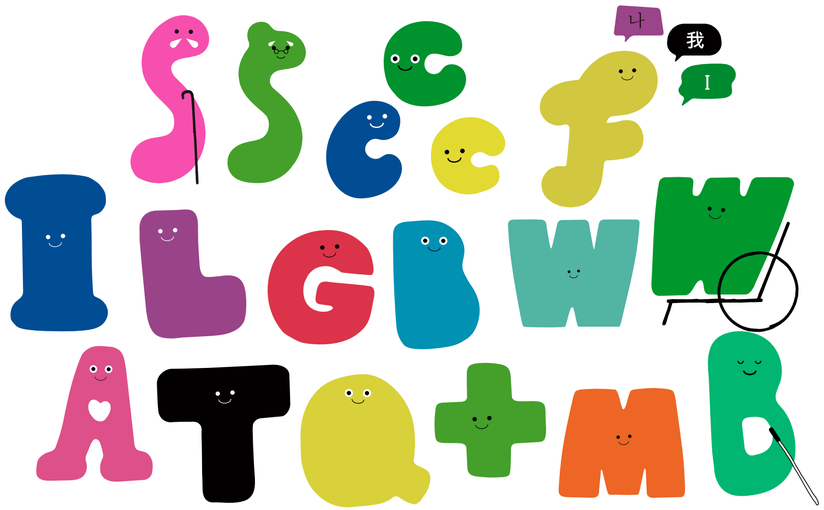
「みんな」に役立つソリューション例（P65〜）

みんコミュデザインを実践することで、新しい価値が創造できます。



みんコミュデザイン

みんコミュデザインとは、ジェンダー、年齢、障害といった多様なニーズのある受け手がいることを前提に、
あらゆるバイアスを排除して、誰一人取り残されない、みんなにとって理想的なコミュニケーションの実現を目指すための考え方です。
その対象は、視覚情報や音声情報に限りません。
このガイドでは、イベントスペース、グッズ、印刷、動画コンテンツ・CM、
ウェブサイト・アプリ、XR（VR・AR）、くらしのシステム・サービスまで、
情報の送り手と受け手の間に介在する、多岐にわたるコミュニケーションメディアを取り上げます。



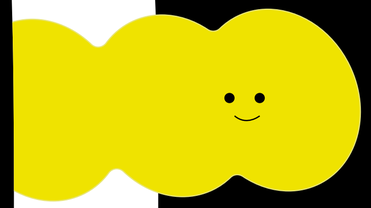
×

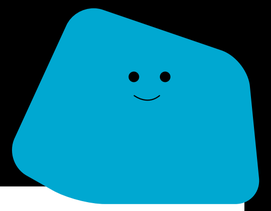
- イベントスペース
- ウェブサイト・アプリ
- グッズ
- XR（VR・AR）
- 印刷
- くらしのシステム・サービス
- 動画コンテンツ・CM

配慮の例など… 02「みんな」ってどんな人たち？（P07）

取り組み事例など… 03 各メディアごとのコミュニケーションデザイン（P27）

02





「みんな」ってどんな人たち？

「みんな」ってどんな人たち？

私たちの社会は、誰ひとり同じ人がいない、実に多様な「みんな」によって形づくられています。

その多様性を完全に網羅することはできませんが、本ガイドでは、
コミュニケーションデザインを進めるうえで見落とされがちなニーズや、
一定の配慮や工夫がないとコミュニケーションから
取り残されてしまうリスクが高い人たちの課題に着目しています。

高齢者や乳幼児、さまざまな性のあり方、文化の多様性や言語の違い、
さまざまな障害などを視点として取り上げていますが、
そのニーズや必要な配慮は人によって異なりますし、
同じ人でもタイミングや周囲の状況その他によって変わってきます。

そのような意味で、ここで紹介している配慮例が必ずしも正解とは限らず、
これだけやれば問題ないというものでもないことをご了承いただければと思います。

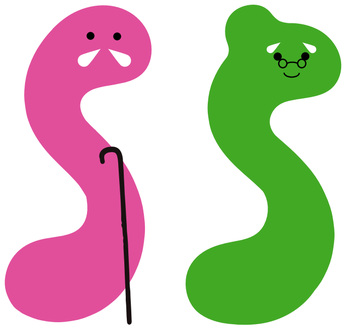
本ガイドで紹介する特有のニーズ、課題とそれに対する配慮は、
想定したリスクの高い人たちだけでなく、結果としてみんなのためにもなります。
みなさんがかかわる一つひとつのコミュニケーションデザインを
よりよくしていくためのヒントとなれば幸いです。



『高齢の人』

日本の医療制度では65歳以上が「高齢者」とされ、75歳までを「前期高齢者」、75歳以上を「後期高齢者」としている。日本の総人口に占める65歳以上の割合はすでに約３割となっている。病気や障害、機能低下などで生活に支障が出る人も多く、課題が複合的になっていくことが考えられる。デジタルリテラシーなど新しい技術に対する順応度に個人差が大きく、サービス利用度の違いで受益に格差も生まれがちとなる。

約3625万人（人口の約29.3％） 出典：総務省統計局「人口推計」2024年9月15日現在 https://www.stat.go.jp/data/topics/topi1420.html



高齢の人
Senior

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

- 個々人の身体的・心理的な状態を理解しつつ、尊厳に配慮する。
- 聞き取りやすい、見えやすい、わかりやすいコミュニケーションに留意する。
- 相手の話を傾聴し、時間をかけて確認し、短くわかりやすい問いかけをする。
- 個々人が受け取りやすい情報の提供、表現しやすい情報発信手段を提供する。
- デジタルリテラシーに差があることを考慮し、それぞれの人に合わせた対応も検討する。

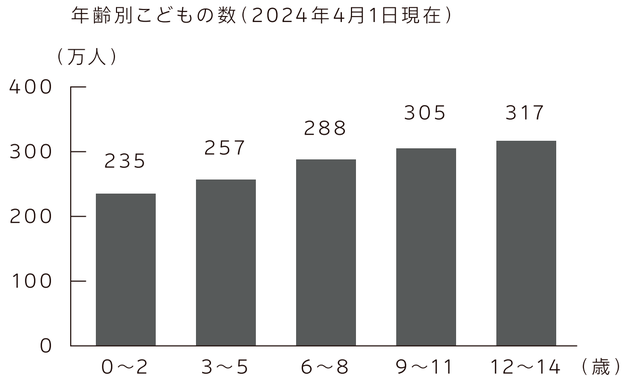
押さえておくべきキーワードや事例

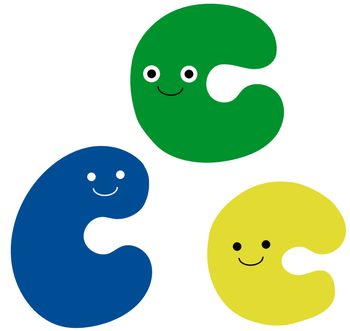
「2040年問題」
2040年に団塊ジュニア世代が65歳となり、日本の高齢者人口はピークを迎え、全人口に占める65歳以上の割合が約35％に達すると予測される。生産、消費、社会的福祉提供の対象としても、高齢者を前提とした構造転換が求められる。

「認知症」
加齢によりアルツハイマーなどの認知症が増加し、85歳以上では約4人に1人が認知症であるといわれる。理解力や判断力、思考力、記憶力などの低下があるが、これらによりコミュニケーションにおいても困難が発生してくる。

『こどもとその家庭』

「子どもの権利条約」で18歳未満が「こども」と定義される一方、国内では「こども基本法」において、「心身の発達の過程にある者」と定義されている。すべてのこどもは家庭およびそれと同等の環境で養育、保護されるとともに、個人として尊重され、年齢や発達の程度により意見を言えたり活動に参加できたりすることが、「こども基本法」の基本理念である。（法律による「こども」の定義とは別に、このガイドでは「こども」を赤ちゃんから乳幼児、小学校低学年くらいまでを想定して記載。）





幼児・小児
Child

15歳未満人口 約1401万人（人口の約11.3％） 出典：総務省報道資料 https://www.stat.go.jp/data/jinsui/topics/pdf/topics141.pdf

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

乳幼児の見え方は大人と違う。成人と同等の視力（色覚・立体感含む）になるのは6歳くらいとされる。視野も成人より狭いことに留意したい。

父親と母親とこどもという固定的な家族像に当てはまらない、多様な家族のカタチがあることを前提に、偏った価値観の押し付けを避ける。

ベビーカーによる移動動線を確保するとともに、調乳・授乳や、おむつ替えのスペースなどは、母親だけによる利用を前提としない配慮を行う。

デジタル情報にもこどもへの配慮が必要。情報を選別する能力が未発達で、情報の影響を受けやすいため、コンテンツの閲覧制限をかけるなど、安全配慮が重要。

漢字表記に対してルビをふることで、こどもも直接コミュニケーションを受け取れるよう検討する。

押さえておくべきキーワードや事例

「こどもまんなか社会」
こどもや若者の視点に立ち、こどもや子育てにやさしい社会機運の醸成を目標とした社会ビジョン。

政策｜こども家庭庁　https://www.cfa.go.jp/policies
こどもまんなかアクション｜こども家庭庁　https://www.cfa.go.jp/policies/kodomo-mannaka

「こどもと時間感覚」
時計を基準にした時間感覚が身につくのは一般的に9歳〜10歳。こどもとコミュニケーションをとるとき、「あと何分」などの時計表現ではなく、「あと1回」など行動に移しやすい表現が必要。

『多様な性的指向』

レズビアン/ゲイ/バイセクシュアル/パンセクシュアル（20～60代の5.80％）

同性や複数の性を恋愛対象とする人。レズビアンは性自認が女性で、同性である女性が主な恋愛対象。ゲイは性自認が男性で、同性である男性が主な恋愛対象。バイセクシュアル/パンセクシュアルは、同性と異性の両方もしくは性別に関係なく恋愛感情を抱く。

アロマンティック/アセクシュアル（20～60代の2.99％）

アロマンティック：恋愛対象を持たない人。
アセクシュアル：性愛対象を持たない人。

（性的指向の）クエスチョニング（20～60代の0.58％）

自分の性的指向について「わからない」「決めていない」状態にある人。

※（　）内の数字は20-60代における人口ボリュームを記載。電通グループ「LGBTQ＋調査2023」より転用。

他にもさまざまな性のあり方があります



コミュニケーションデザインに求められる配慮例

異性愛を前提としない言葉選びをする。
⇒「パートナー」など

パートナーが同性であることによりサービスを受けられないという状況を避け、異性/同性にかかわらず同じ対応をする。

カミングアウトをしていない当事者が存在することを前提に、プライバシーを守り、あらゆるコミュニケーションに配慮する。

「人は誰もが恋をする」などのような恋愛を当たり前とする表現に注意する。

押さえておくべきキーワードや事例

「SOGI（ソジ）」
Sexual Orientation「性的指向」とGender Identity「性自認」の頭文字をとった言葉で、LGBTQ＋のみでなく、すべての人が持つ性に関する属性を表現する。

「アライ」
LGBTQ＋のことを理解し、支援のために行動する人。英語の「ally（同盟、仲間、味方、支援者）」が語源。（電通ダイバーシティ・ラボ「アライアクションガイド2024-2025」より）

「アウティング」
LGBTQ+当事者の性的指向や性自認を、本人の了解を得ることなく勝手に暴露する行為であり、重大な人権侵害である。

性的マイノリティの総称として「LGBTQ+」（レズビアン（L）、ゲイ（G）、バイセクシュアル（B）、トランスジェンダー（T）、クィア・クエスチョニング（Q）、その他多様なセクシュアリティ（+））を用いています。

『多様な性自認』

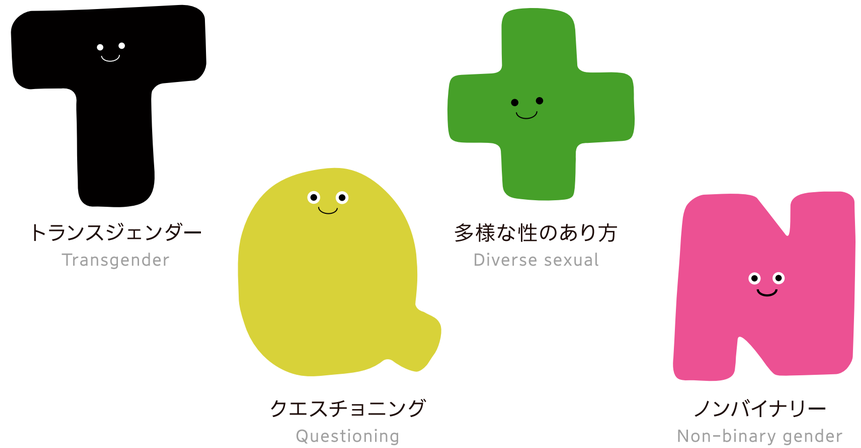
トランスジェンダー（20～60代の1.15％）
性自認が「生まれた時に割り当てられた性」と異なる人。

ノンバイナリー/Xジェンダー（20～60代の1.38％）
性自認が男性や女性といった「二元的な性別の枠」に収まらない人。

（性自認の）クエスチョニング（20～60代の0.26％）
自分の性自認について「わからない」「決めていない」状態にある人。

※（　）内の数字は20～60代における人口ボリュームを記載。電通グループ「LGBTQ＋調査2023」より転用。

他にもさまざまな性のあり方があります



コミュニケーションデザインに求められる配慮例

性別選択記入欄などは、必要がなければ設けないようにする。必要な場合、性別や名前の表記でストレスを感じる人がいることに配慮した表記方法を選択できるようにする。⇒「当てはまらない」「回答しない」など

あらゆる施設環境において、安心できる選択肢を提供する。
⇒ 誰でも利用可能な個室型のトイレや更衣室の手配

本人が自認する性を尊重し、人からそう呼ばれることを望む「ジェンダー代名詞」を用いる。
⇒ 英語圏の場合、男性を自認する人は「he」、女性を自認する人は「she」、ノンバイナリーの人は「they」など

押さえておくべきキーワードや事例

「性的指向及びジェンダーアイデンティティの多様性に関する国民の理解の増進に関する法律」
通称「LGBT理解増進法」。多様性への理解を増進する理念を定め、2023年に施行。内容の誤認によりトイレや公衆浴場での性別の扱いについて議論が起こった。

「LGBTQ報道ガイドライン」
性的マイノリティをめぐる報道が増加する中、より良い報道を求めてLGBT法連合会が主体となり策定。性のあり方をどう表現するかについては、本人の意思の尊重を強調し、テロップやSNSの投稿文などについても注意を促している。
https://lgbtetc.jp/wp/wp-content/uploads/2022/04/lgbtq-media-gudeline-2nd-edit-1.pdf

「ピンクウォッシュ」
実態が伴わないのに、大げさにLGBTQ+フレンドリーなふりをして、自分の印象を良くしようとすること。特に企業や団体に対して用いられる。
（「アライアクションガイド」より）

『女性、男性という捉え方』

生物学的な「女性」や「男性」という概念のみならず、社会的・文化的な側面からも認識される。また性自認や性別表現としての「女性」や「男性」も含めた多様な概念が関連する（男女二元論に当てはまらない性自認を持つ人も存在する）。女性は、歴史的に多くの社会的制約を受けてきた事実があり、いまだ日本のジェンダーギャップには国際的にも厳しい指摘がある。一方で「伝統的な男らしさ」が男性にいきづらさをもたらし、女性が直面する課題が男性側の課題に起因する側面も指摘されてきており、総合的な捉え方が重要である。



女性
Woman

男性
Man

「日本では外見の美しさが重要視されすぎている」と思う女性（18歳～79歳）は、77.5％

出典：「ジェンダー課題チャート vol.1 女性版」※参考：電通総研コンパス第8回「ジェンダーに関する意識調査」（2022） https://www.dentsu.co.jp/sustainability/sdgs_action/pdf/gender_issue_chart_2022.pdf

「男性は他人に助けを求めることなく、自分の問題は自分で解決すべきだ」と思う男性（18歳～30歳）は、47.7％

出典：「ジェンダー課題チャート vol.2 男性版」※参考：電通総研コンパス第7回「The Man Box:男らしさに関する意識調査」（2021） https://www.dentsu.co.jp/sustainability/sdgs_action/pdf/gender_issue_chart_2023.pdf

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

- 固定的な役割や、特性、イメージなどのステレオタイプを回避し、多様な女性像男性像を尊重する。
- 体型や外見、美の表現などで固定的な価値観を押し付けず、また不必要な性的表現を行わない。
- 実空間のみならず、ネット環境やメタバース空間内など多様なコミュニケーション環境で、性的な不安を排除し、安全安心を確保する。
- 男性は青、女性は赤、といったジェンダーの色表現は国によっても異なり、固定観念の押し付けにならないようにする。
- こどものイラスト表現などで、性別を限定することで偏った表現になりすぎないようにする。

押さえておくべきキーワードや事例

「ジェンダー」
生物学的な性（sex）とは異なり、社会や文化の中でつくられた、性別に対する考え方のことを、ジェンダー(gender)と呼ぶ。

「ジェンダー・エクイティ」
エクイティ（Equity）には「公平性」という意味があり、ジェンダー間でそもそもの格差があることを前提に、一人ひとりのニーズに合わせてツールやリソースを調整し、誰もが成功する機会を得られるように組織的な障壁を取り除いていくことを指す。

「ジェンダーロール」
男女の性別によって、社会的に特定の役割（態度や言動や責任）を期待されること。「男性は働きに出て、強くあるべきで、女性は家を守り、やさしくあるべき」などといった性別に基づく役割の固定観念などが挙げられ、広告表現などでそうした観念を再生産してしまうことには注意が必要。

コラム　日本のLGBTQ＋関連、3つの法制度の進展

日本のLGBTQ＋関連の法整備について、G7で日本だけが整備されていない3つの法制度について、
それぞれ、2023年から2024年にかけて大きな進展がありました。

◆日本の現状

OECD（経済協力開発機構）の調査によると、LGBTQ＋関連の法制度について
その整備状況が35カ国中で34位。すなわち日本はOECDワースト2位となっています。

出典：OECD諸国におけるLGBTIインクルーシブな法律と政策：概観 ｜ 経済協力開発機構（2019）
https://www.oecd.org/en/publications/over-the-rainbow-the-road-to-lgbti-inclusion_8d2fd1a8-en/full-report/component-5.html#chapter-d1e238

◆3つの法制度が特に未整備な状況

1：性的指向・性自認に対する差別を禁止する法制度

2023年6月、LGBT理解増進法、正式には「性的指向及びジェンダーアイデンティティの多様性に関する国民の理解の増進に関する法律」が成立しました。
罰則を伴わない理念法ですが、LGBTQ+の人々の権利を守り、社会全体の理解を促進するための重要な一歩とされています。
ただし、差別禁止の不明確さから問題点の指摘や課題もあり、明確な「差別禁止法」の制定を求める声などいまだ議論を呼んでいます。

出典：内閣府 性的指向及びジェンダーアイデンティティの多様性に関する国民の理解の増進に関する法律　https://www8.cao.go.jp/rikaizoshin/index.html

2：婚姻の平等を実現する法制度

同性婚を認めるようにと、全国5地域6原告団が提訴。札幌・東京・福岡の高裁で違憲判決が出され、特に、2024年12月の福岡では、
同性カップルに婚姻を認めないことは、“幸福追求権”を定めた憲法13条に違反するという、全国で初めての判決が言い渡されました。

参考：公益社団法人- Marriage For All Japan - 結婚の自由をすべての人に-　https://www.marriageforall.jp/

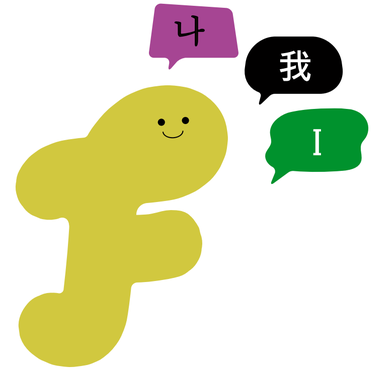
3：性別移行に関する法制度

これまで戸籍上の性別を変えるには外観を似せる手術などが必要とされていましたが、2024年7月、広島高等裁判所は、
特例法*に鑑み性別適合手術の実施が常に必要であると解釈するならば違憲の疑いが強いとして、性別適合手術を受けていない者の法的な性別変更を認めました。
現在法改正に向けて国会で与野党による議論が進められています。

＊特例法：性同一性障害者の性別の取扱いの特例に関する法律

『多様な民族・多様な文化』

さまざまな国籍、人種、文化的背景をもった人々が日本社会の一員として、消費し、観光し、学び、働き、生活を送っている実態の中で、多文化共生においてはまだまだ課題が多い。多様な価値観や宗教観、慣習・風習、食文化などの理解とインクルージョンは、インバウンドによる成長においても重要課題となる。また複数の民族的文化的ルーツをもつ人も多く、それぞれの文化の尊重とともに、一人ひとりの尊厳に配慮することが重要である。



外国人
Foreign nationals

2024年6月末の在留外国人 約359万人 2024年の訪日外国人客 3,600万人突破

出典：出入国在留管理庁 報道発表資料（令和6年10月18日）https://www.moj.go.jp/isa/publications/press/13_00047.html
日本政府観光局報道発表資料（2025年1月15日） https://www.jnto.go.jp/news/_files/20250115_1615.pdf

令和6年6月末 国籍・地域別の在留外国人数（構成比％）

①中国……約84万4千人（23.5％）②ベトナム……約60万人（16.7％）③韓国……約41万1千人（11.5％）④フィリピン……約33万2千人（9.3％）
出典：出入国在留管理庁資料 https://www.moj.go.jp/isa/content/001425981.pdf

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

多様な国や地域、民族、宗教などについての知識を深める努力をする一方、知識不足やステレオタイプで判断をせず、個々人のニーズを理解する。

衣・食・住あらゆる面において多様な文化を尊重し、可能な範囲で臨機応変な対応を努力する一方、日本ならではの文化的価値を提供することも重視し、できることとできないことを明確にする。

複数のルーツを持つ人を「ハーフ」と呼ぶことにはネガティブなニュアンスが生じることも。当事者の感じ方への確認を踏まえた表現が望ましい。「○○系△△人」や「ミックス」などの表現が増えており、また「父が○○人、母が△△人」などと具体的な表現も推奨されている。

押さえておくべきキーワードや事例

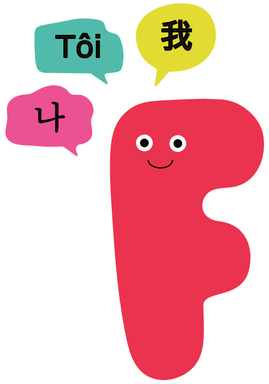
「人種と民族」
「人種」は、皮膚の色や骨格などの身体的特徴によって区分される人類の集団である一方、「民族」は、言語や宗教、信仰、習慣などの文化的特徴で区分される人類の集団であり、同じ文化を共有し、生活様態を一にする人間集団として、強い連帯意識が生じることがある。

「ムスリム（ムスリマ）」
イスラームを信仰する人々をムスリム（女性はムスリマ）と呼び、世界で約15億人にのぼる。礼拝、食事、衣装などに厳格な戒律、禁忌などに配慮が必要となる人も多いが、人によっては比較的寛容な人もいて画一的に判断できない。「許されたもの」を意味する「ハラール」は食品をはじめ生活用品、サービスまで対象は広く、大きな開拓市場ともされている。

国土交通省 ムスリム旅行者受入の心得 https://wwwtb.mlit.go.jp/chubu/kikaku/syoryudo/muslim/muslim-info.pdf

『日本語以外を第一言語とする人』

日本語は主に日本国内で使用され、事実上唯一の公用語として扱われており、国内のあらゆるコミュニケーションも基本的には受け手が日本語のみを理解することが前提になりがちである。世界で最も話者の多い英語については、英語を第一言語としない116ヵ国・地域の中で英語能力指数ランキングで92位と非常に低い。そのため日本語を第一言語としない人にとって言語コミュニケーションの困難が非常に大きい。また日本語を第一言語としないこどもたちへの教育の課題も大きくなっている。



在留外国人
Foreign resident

在留外国人の日本語の会話能力（「令和2年度在留外国人に対する基礎調査報告書」より）

日本人と同程度に会話できる	22.9%	日常生活に困らない程度に会話できる	32.4%
仕事や学業に差し支えない程度に会話できる	32.8%	日本語での会話はほとんどできない	12.0%

国・地域による差異も見られます。https://dentsu-ho.com/articles/7772
出典：出入国在留管理庁発表「令和2年度在留外国人に対する基礎調査報告書」https://www.moj.go.jp/isa/content/001415933.pdf

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

日本語を第一言語にしない人には、英語で対応すればよいという決めつけをせず、多様な言語対応を考慮するとともに、「やさしい日本語」の活用などで、伝わりやすい表現を工夫する。

外国語を第一言語とする人のみではなく、手話を第一言語とする「ろう者」や、発達障害（LD/ASD）などで日本語の理解に困難がある人の存在についても配慮する。

通訳サービス、自動翻訳システム、ジェスチャーを含めた言語外コミュニケーションの活用など、多様なコミュニケーション支援を考える。

ジェスチャーやハンドサインは国によって意味が異なることがあり、その多様性に留意する。

押さえておくべきキーワードや事例

「やさしい日本語」
日本語を第一言語としない外国人など、日本語のコミュニケーションに何らかの困難を抱える人のために、語彙や文法などを調整した日本語であり、日本語も英語も第一言語ではない人にとって非常に重要なコミュニケーション手段となっている。またAI翻訳時にも誤訳が減るなどのメリットもある。

【普通の日本語】
海や河口の近くで強い揺れを感じたときは、
直ちに海岸や河口から離れ、
高台や避難ビルなど高い場所に避難すること。

➡

【やさしい日本語】
海（うみ）で大（おお）きな地震（じしん）があったとき、
すぐに海（うみ）や川（かわ）から遠（とお）くに離（はな）れて、
高（たか）い場所（ばしょ）に行（い）きます。

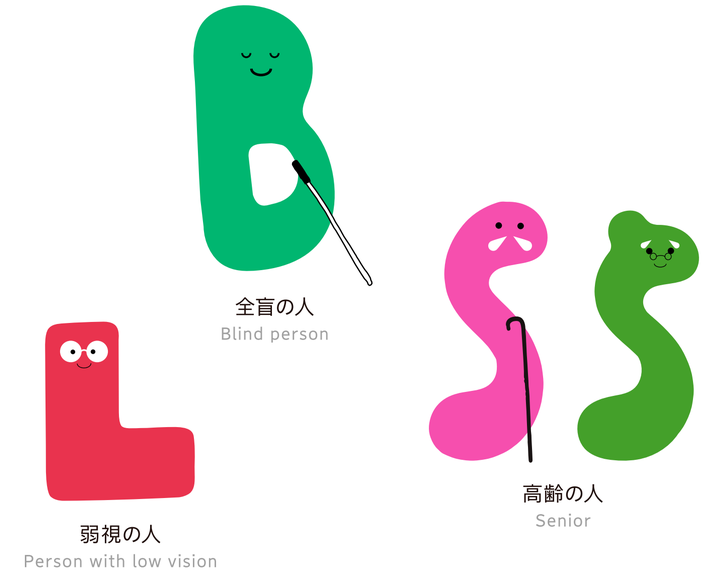
https://dentsu-ho.com/articles/7772

『見えない人・見えにくい人』

全盲、弱視、視野狭窄（きょうさく）、視野欠損などの視力・視野に困難のある人、障害者手帳を持っていなくても常時眼鏡などによる矯正を必要とする人、老化や疾病による視力低下や失明も含め、視覚情報によるコミュニケーションに課題を抱える人は、高齢化の進行によりさらに拡大していくと考えられる。

令和4年の視覚障害者（障害者手帳保持者）約27万3千人

出典：厚生労働省「令和４年生活のしづらさなどに関する調査」https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/seikatsu_chousa_c_r04.pdf



コミュニケーションデザインに求められる配慮例

多様な見え方があることを前提に、視覚情報の「情報量」「文字サイズ」「色の使い方」などをより「わかりやすく」デザインする。

点字（触る）や音声読み上げ（聴く）などの視覚情報以外のコミュニケーション手段を付加もしくは選択できるようにする。

人によって、デバイスによって、もしくは周辺環境によって見え方は多様であるため、ユーザー側が必要に合わせて見え方を調整できるような工夫をする。

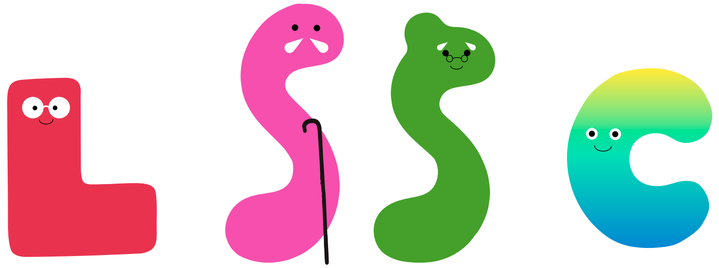
押さえておくべきキーワードや事例

「点字」
視覚障害者の情報取得手段として重要である一方、日常的に点字を読む人は日本では全盲の人の1割程度ともいわれ、点字を設置しておけばよいというものではなく、他の伝達手段も併せて対応する。

「音声読み上げ」
デジタル情報におけるテキストおよび図や写真などに対する代替テキストなどの音声読み上げに加え、音声コードや画像認識による音声読み上げも可能になってきている。

『色が見分けにくい人』(色覚の多様性)

赤・緑・青を見分ける錐体(すいたい)細胞のいずれかが欠けていたり特性が異なっていることにより、色の感じ方が多くの人と異なっており、見分けにくい色が使われていることによって困難や不便があるタイプは色弱と呼ばれ、重要な情報の強調や危険を知らせる警告などが認識できないことがあるなど、リスクも想定される。目の疾患や加齢により色彩感覚が減弱したり、水晶体の褐変により白と黄色が見分けにくくなるなどの変化もある。



弱視の人
Person with low vision

高齢の人
Senior

色弱の人
Person with color vision deficiency

日本人男性の約311万人(20人に1人) **日本人女性の約12万人**(500人に1人)

このガイドでの呼称	一般色覚者	色弱者			
タイプ	C型	P型	D型	T型	A型
頻度(男性)	約95%	約1.5%	約3.5%	約0.001%	約0.001%

※P型、D型、T型、A型などは、特定非営利活動法人カラーユニバーサルデザイン機構(略称:CUDO)が提案している色覚タイプの呼称。

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

カラーユニバーサルデザイン(CUD)の3つのポイント(https://cudo.jp/?page_id=86)

a.できるだけ多くの人に見分けやすい配色を選ぶ。

色相 明度 彩度 の調整で判別しやすい配色に

b.色を見分けにくい場合でも情報が伝わるようにする。

色 形の違い 文字情報 の併用

c.色の名前を用いたコミュニケーションを可能にする。

色名 の記載を行う

押さえておくべきキーワードや事例

「色覚タイプ」
NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構(CUDO)は、一般色覚をC型、少数型をP型、D型、T型、A型の4つの色覚タイプに分類している。少数型の色覚タイプの人を配色計画に参加させるなどして、対等に扱うことを提唱している。

「色覚シミュレーションツール」
さまざまなチェックツールが存在するが、色の感じ方を再現するものではなく、色弱の人が見分けにくいさまざまな色を、どれか一つの色に代表させて示すものである。
(https://cudo.jp/?page_id=90)

『聞こえない人・聞こえにくい人』

聞こえ方に困難がある人の中にも、全く聞こえないもしくはほとんど聞こえない「ろう者」、音の大きさによっては多少聞こえる、もしくは、聞こえない音がある「難聴者」や、加齢による「難聴者」「中途失聴者」など、さまざまな人がいる。手話を第一言語とする場合、日本語の理解に困難がある人もいる。



令和4年の聴覚・言語障害者（障害者手帳保持者）約37万9千人

出典：厚生労働省「令和4年生活のしづらさなどに関する調査」https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/seikatsu_chousa_c_r04.pdf

自己申告による難聴者率は日本の人口の 約10.0％

出典：JapanTrak 2022（日本補聴器工業会）https://hochouki.com/files/2023_JAPAN_Trak_2022_report.pdf

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

手話ができなくとも、多様なコミュニケーション手法を用いる。

口の動き / ジェスチャー / 表情 / 筆談 / 空書（手のひらや空中に書く） / 音声認識アプリ

イベントなどでは十分な情報保障を行う。

手話通訳 / 要約筆記 / 事前資料配布 など

施設においては補聴器と連動する磁気ループによる補聴支援などを検討する。



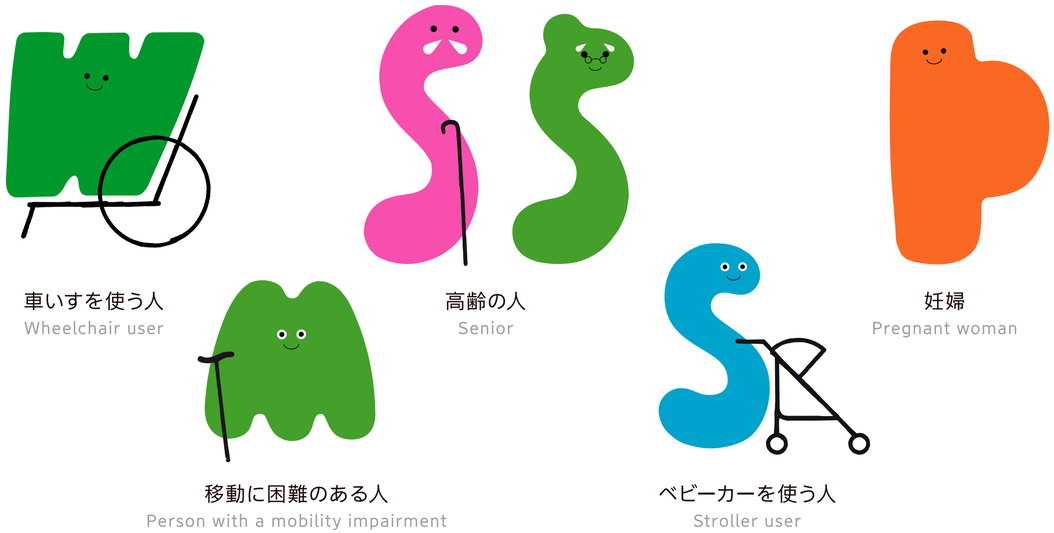
押さえておくべきキーワードや事例

「ろうと文化、コーダ」
音声言語を習得する前に失聴し手話を第一言語として習得した人は、文化的・言語的観点から「ろう者＝ろう文化を持つ人」と呼ばれる。また親がろう者である、聞こえるこどもを「コーダ」と呼ぶ。

「字幕と手話」
ろう者が第一言語として使う日本手話と日本語は異なる言語であり、ろう者の中には、日本語字幕は外国語字幕を読むのに近い感覚の人もいる。字幕があれば大丈夫ではなく選択可能とすべき。日本語に対応し、難聴者や中途失聴者に使用される手話を日本語対応手話と呼ぶ。

『歩くことに不便のある人』

車いすや杖、義足などの使用者や、脊椎(せきつい)・頸椎(けいつい)損傷、脳性まひや筋ジストロフィーなどで足が動かしづらい人、切断などで足を失った人、病気や高齢、けがなどで、立つ・歩くことが負担になる人など、さまざまな理由で歩くことに不便のある人がいる。車いす＝歩けない人とは限らず、またけがなどで誰もが一時的に車いすや杖を使用することもある。



車いすを使う人
Wheelchair user

高齢の人
Senior

妊婦
Pregnant woman

移動に困難のある人
Person with a mobility impairment

ベビーカーを使う人
Stroller user

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

段差解消、通路幅の確保、スロープやエレベーターの設置などのバリアフリー化および、適切なトイレや更衣・休憩スペースなどの確保を行う。

ハードのみでなく、人的サポートや、ソフト・ツールなどでユーザーが求める最終的なベネフィットを目指し、必要な建設的対話を重視する。

サポートはマニュアル的に提供するのではなく、本人に必要なサポートについて聞くことを前提にする。

歩行の際に杖を使う人は、移動上の課題だけではなく、杖を持つ方の手が使えなくなるということにも配慮が必要。

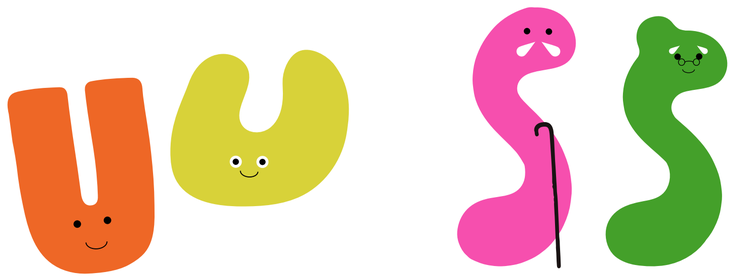
押さえておくべきキーワードや事例

「車いすの種類」
下肢障害のある人が自分で動かす「自走用」、自走が困難で介助者が押すことを前提とした「介助用」、手元のレバーで操作する「電動車いす」、スポーツに使われる「競技用」などがある。またパーソナルモビリティとしてより多様なニーズに合わせたものへの拡大も見られる。

「片まひ」
脳卒中により体の片側のみまひがある人も多く、右にまひがある人と、左にまひがある人では異なるサポート環境が必要である。例えば通路やトイレなどの手すりを使用する際に、片側の使用のみを想定していると、まひがどちらにあるかによって使えない人がいるということを考えておく必要がある。

『手や腕に不便のある人』

脊椎（せきつい）・頸椎（けいつい）損傷、脳卒中、関節リウマチ、パーキンソン病による手の震えなど、手や腕の動きに不便があり、道具を使う、袋を開ける、ものを取り出す、食事をするなど、さまざまな場面で困難がある。またコミュニケーションとしては書く、入力する、ボタンを押すなど、自身の意思を伝える際に人的なサポートを必要とすることがある。上肢に障害がなくても、杖を使用したり、傘をさしたり手に物を持っていたりなど、誰もが一時的に手が使えない状況になることもある。



上肢障害のある人
Person with an upper limb disability

高齢の人
Senior

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

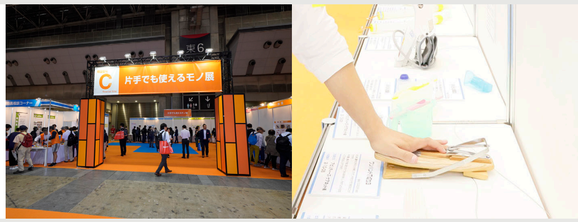
ユーザーが目的を達成するまでのフロー上、書く、入力するなどの工数を極力少なくし、負担を軽減する。

書くことが必要なときには、対面の場合は代筆などで対応し、プライバシーやセキュリティの面でケアすべき内容の場合は別室で対応などを行う。

ウェブサイトやアプリにおいては、ボタンの押しやすさや、音声入力のしやすさなどに配慮する。

押さえておくべきキーワードや事例

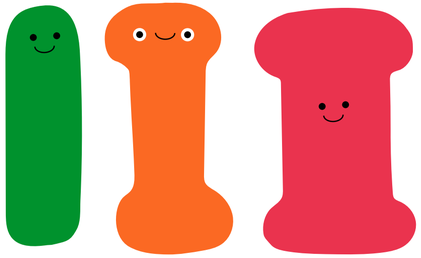
「片手でも使えるモノ」
日常生活の中で、片手だけで完全に使えるモノは意外に限られている。国際福祉機器展（主催：一般財団法人保健福祉広報協会、社会福祉法人全国社会福祉協議会）で2018年に開催された「片手でも使えるモノ展（運営協力：公益財団法人共用品推進機構）」では、家事、着衣、調理、食事、入浴・トイレ、余暇・文化の各分野でさまざまな商品が集められた。



〈片手でも使える爪切りを試す来場者〉

『知的障害のある人』

発達時期（18歳程度）までに、運動能力、記憶力、理解力、思考力、判断力などに知的発達の遅れが見られ、社会生活における困難がある場合に、各自治体の判定基準により知的障害があると判定された人には療育手帳が交付される。複雑な話や抽象的な話の理解が難しい、読み書きや計算が苦手、見聞きした内容からの推測や予測が難しいなどにより、人とのコミュニケーションにおいて難しさがある人も多いが、障害の表れ方や困難は人によって異なることに留意が必要。



知的障害のある人
Person with an intellectual disability

在宅の知的障害者 1995年 約29万7千人 ➡ 2016年 約96万2千人

知的障害に対する認知度が高くなり、
療育手帳取得者の増加が原因とも考えられる

出典：厚生労働省「知的障害児（者）基礎調査」（～2005年）、厚生労働省「生活のしづらさなどに関する調査」（2011・2016年）、
内閣府「令和6年版障害者白書」https://www8.cao.go.jp/shougai/whitepaper/r06hakusho/zenbun/pdf/ref.pdf

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

「知的面」に困難はあるが、「感情面」に障害があるわけではない人も多いことを理解し、こども扱いをすることなく、その年齢にあった対応が必要。

伝え方の工夫で、判断や理解の支援を行う。

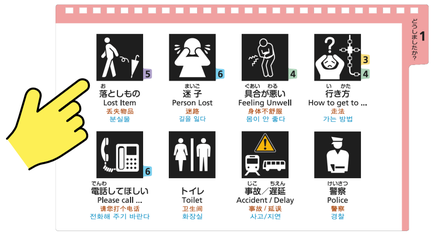
フリガナを振る / 絵や写真を使う / 実物を見せる / スモールステップに分けて伝える

介助者ではなく、本人に話しかけ、本人の話に耳を傾けることを心がけ、個人の尊厳を重んじる。

押さえておくべきキーワードや事例

「知的障害と発達障害（次ページ）の違い」
知的障害が発達期に何らかの要因で知的発達に遅れが生じるものであるのに対して、発達障害は生まれつきの脳機能の発達に偏りがあるものとされ、併存する場合もあるが異なる障害である。いずれも社会生活を送るうえで支障があるかによって判定される。

「コミュニケーション支援ボード」
知的障害、発達障害、聴覚障害や高齢者、日本語のわからない外国人などがコミュニケーションを円滑に行うために、指差しで意思を伝えられるようデザインされた。公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団が作成し、その後さまざまな形で応用されている。



『精神・発達障害のある人』

統合失調症や不安症などの精神疾患があることで社会生活に支障があることを精神障害と呼ぶ。発達障害は精神障害者保健福祉手帳の対象に含まれているが、生まれつきの脳機能の偏りで障害のある人。関心のあることには高い能力を発揮する人もいるが、できることとできないことの差が著しいのが特徴。



精神障害のある人
Person with a psychosocial disability



発達障害のある人
Person with a developmental disability

外来の精神障害者　約586万1千人 出典：内閣府「令和6年版障害者白書」https://www8.cao.go.jp/shougai/whitepaper/r06hakusho/zenbun/pdf/ref.pdf

発達障害の主な特性

自閉スペクトラム症（ASD）
- 社会的コミュニケーションや対人関係に困難がある
- こだわりが強い
- 特定のことに強い興味や関心を持つ　など

注意欠如・多動症（ADHD）
- 注意力が散漫で集中できない
- 忘れ物やなくし物が多い
- 衝動的で落ち着きがない　など

学習障害 / 限局性学習症（LD/SLD）
- 全般的な知的発達には遅れがない
- 人により読み・書き・計算が難しい場合がある

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

さまざまな特性がある人がいることを前提に、それぞれの言動にはその人なりの理由があることを想定してストレスや不安を感じさせない配慮をしていく。

感覚過敏がある人には、外部刺激を抑えたサービスの提供や環境の提供を検討する。

カームダウンスペース　センサリールーム　サイレントアワー

精神障害のある人は、コミュニケーションが得意でないことも多く、困難や悩み事を抱え込んでしまうこともあるため、できるだけ相談しやすい雰囲気をつくることを心がける。

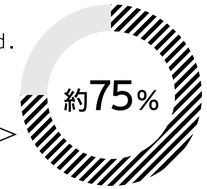
押さえておくべきキーワードや事例

「大人の発達障害」
発達障害は先天的なもので、“大人になってから発達障害になる”というわけではないが、進学や就職などの環境の変化やストレスの影響で表面化するようになり、大人になってから発達障害に気づく人は多い。

発達障害と診断された人の推定数（0～19歳）　約38万人
発達障害と診断された人の推定数（20歳以上）　約48万1千人
年齢不詳：約1万1千人

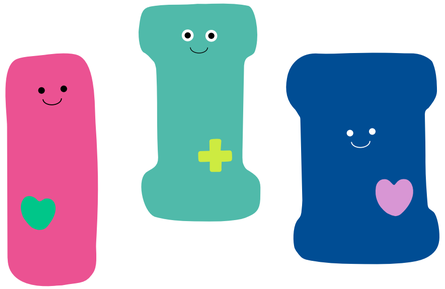
厚生労働省「令和4年生活のしづらさなどに関する調査」を加工して作成
https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/seikatsu_chousa_c_r04.pdf

大人になってから注意欠如・多動症（ADHD）と診断された人の方が多いという報告も（米国）
※Faraone SV, et al.: Arch Intern Med. 2004 Jun 14;164(11):1221-6.



『内部障害のある人』

身体内部の臓器に何らかの障害があり、日常生活や社会生活に支障がある状態を内部障害といい、心臓機能障害、腎臓機能障害、呼吸器機能障害、ぼうこう・直腸機能障害、小腸機能障害、ヒト免疫不全ウイルス（HIV）による免疫機能障害、肝臓機能障害の7種類に分けられる。外見からは障害がわかりにくく、いわゆる「見えない障害」であることから、必要な理解や配慮が得られない場合も多い。



内部障害のある人
Person with an internal disability

内部障害者（身体障害者手帳保持者）約136万5千人

出典：厚生労働省「令和4年生活のしづらさなどに関する調査」https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/seikatsu_chousa_c_r04.pdf

内部障害の主な特性

- 心臓…重度の場合、ペースメーカーを利用する
- 腎臓…重度の場合、人工透析を行う必要がある
- 呼吸…冷たい風やタバコの煙が苦痛。重度の場合、酸素ボンベを携帯する
- ぼうこう・直腸…ストーマを洗浄するための設備のあるトイレが必要
- 小腸…口からものが食べられない人もいる
- 免疫（HIVによる）…定期的に服薬する必要がある。一生発症しない人が多くなっている
- 肝臓…疲れやすい、食べ物に制限がある、という人もいる

コミュニケーションデザインに求められる配慮例

内部障害のある人の症状は多岐にわたるため、本人からの情報や必要な対応を聞くことを大前提とし、その際にはプライバシーの保護に十分留意する。

動悸（どうき）、息切れ、疲れやすさなどの体力低下および、感染症にかかりやすかったり、感染した際のリスクが高い場合もあるため、短時間での対応、安心安全な環境づくりなどを考慮する。

内部障害のある人の中には、オストメイト対応トイレ（ユニバーサルトイレ・多機能トイレ）が必要な人もいる。プライバシーに配慮したうえで、休憩スペースなどと併せて利用しやすい場所や環境に設置する。

押さえておくべきキーワードや事例

「見えない障害」
外見からは障害があることをわかってもらえないことで、優先席に座っているとマナーを守らない人と見られたり、障害者用駐車場を使っていると警備員に注意されたりすることがあるため、本人が要望を伝えることをためらってしまう場合も少なくない。目に見えるもので判断をせず、対話を重視し、コミュニケーションの相手にはさまざまな人がいる可能性を考慮する。

「ヘルプマーク」
外見からはわからなくても援助や配慮を必要としている人が、必要な援助を得やすくなるように、東京都が2012年に作成したマーク。以降全道府県で導入され普及が進んでいる。



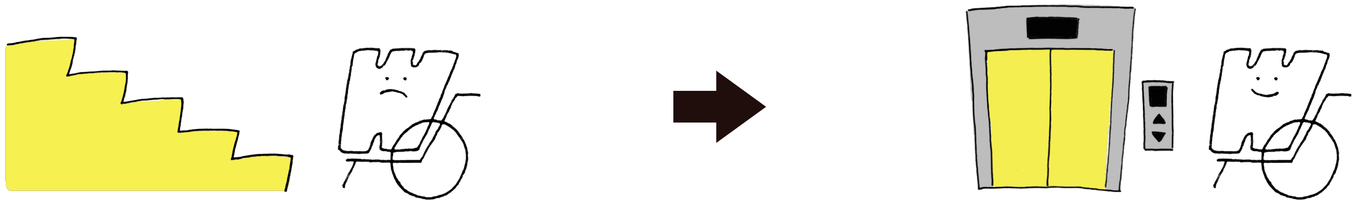
コラム　障害者差別解消法について

日本は国連の「障害者の権利に関する条約」を批准しており、
それに基づいて国内で「障害者差別解消法（障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律）」が施行されました。
根底にあるのは、**「障害」は社会がつくっているもの**、とする考え方（障害の社会モデル）。
障害は個人のもの（障害の個人モデル）、という考え方からの大きな転換です。
社会の環境が変われば、個人の障害は障害でなくなる場合が多くあります。
社会の側がさまざまな障壁をなくすことで、当事者だけでなくみんなが暮らしやすい社会ができるというこの考え方は、
みんコミュデザイン（みんなのコミュニケーションデザイン）の考え方と共通しています。

内閣府　障害を理由とする差別の解消の推進　https://www8.cao.go.jp/shougai/suishin/sabekai.html

[「社会モデル」とは…たとえば車いすを使う人の場合]

階段しかないので2階に上がれない ➡ **「障害」がある**　　エレベーターの設置で2階に上がれる ➡ **「障害」がなくなった**



■車いすを使う人は何も変わっていません。 ■変わったのはあくまで「周囲の環境」。

「社会モデル」では、「階段」という障壁（バリア）があることで車いすを使う人の行動に「障害」が生じている、と考えます。

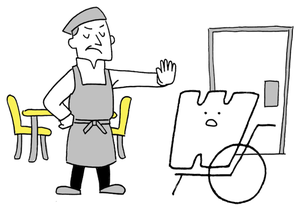
障害者差別解消法は、さらに国際的な基準に引き上げるために改正され、2024年4月に改正障害者差別解消法として施行されました。
改正障害者差別解消法では「不当な差別的取り扱い」の禁止と「合理的配慮」の提供が求められています。
「合理的配慮」の提供については、2024年の改正ですべての事業者の法的義務となり、対応が求められるようになりました。

障害のあるすべての人（障害者手帳を持っていない人も含む）が対象になります。（令和6年版 障害者白書より 1160.2万人・全人口の9.2%）
企業、団体、店舗、個人事業主、ボランティア活動をするグループほか、あらゆる分野の事業者などが対象です。

不当な差別的取り扱い 禁止

障害のある人に対して、正当な理由なく、障害を理由として、
サービスの提供の拒否、場所や時間帯などを制限、
障害のない人には付けない条件を付けることなどを禁止。

たとえば…



保護者や介助者がいないと
入店を断る



障害者向けの物件は
ないと言って対応しない

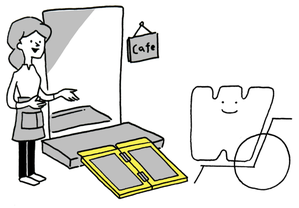


障害を理由に
接遇の質を下げる

合理的配慮の提供 2024年4月からすべての事業者の法的義務に

障害のある人から、**社会の中にあるバリアを取り除くために**
何らかの対応を必要としているとの**意思が伝えられた**ときに、
過重な負担がない範囲で（実現可能性の程度、費用・負担の程度を勘案）対応すること。

たとえば…



携帯スロープ



筆談



音声読み上げ



カームダウンスペース

障害を理由とする差別の解消の推進 相談対応ケーススタディ集：障害者制度改革担当室 - 内閣府 https://www8.cao.go.jp/shougai/suishin/jirei/case-study.html

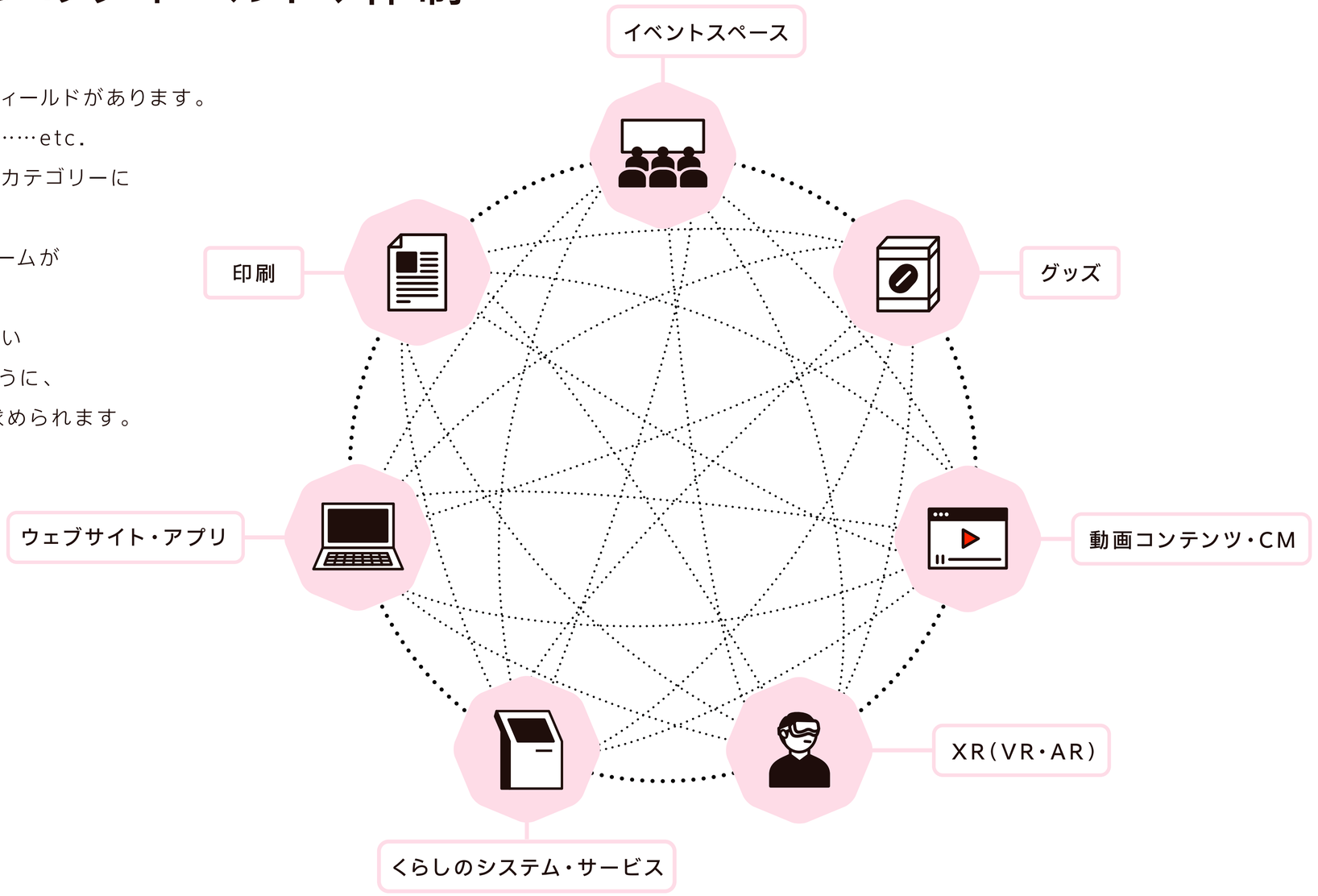
参考・出典：障害者白書 - 内閣府 https://www8.cao.go.jp/shougai/whitepaper/index-w.html
内閣府　障害を理由とする差別の解消の推進 https://www8.cao.go.jp/shougai/suishin/sabekai.html
障害者の差別解消に向けた理解促進ポータルサイト https://shougaisha-sabetukaishou.go.jp/

03

各メディアごとの
コミュニケーションデザイン

みんコミュデザインのフィールド、体制

受け手の「みんな」が多様であるように、
コミュニケーションそのものにも多様なフィールドがあります。
イベントスペース、グッズ、動画コンテンツ……etc.
ひとつのコミュニケーションがさまざまなカテゴリーに
またがっていることも多くあります。
そういった場合、カテゴリーごとに制作チームが
分かれている場合も多いのですが、
どの側面から見ても、誰一人取り残されない
ひとつのコミュニケーション体験となるように、
制作体制もインクルーシブであることが求められます。



みんなのイベントスペース

さまざまな特性の人がリアルに参加するイベントスペースでは、ハード・ソフトの両面での配慮が不可欠です。
コミュニケーションデザインを通して、みんなが楽しめる環境づくりを心がけましょう。

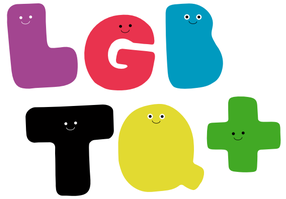
みんなが、イベントスペースで感じること。

車いすが自由に回遊できる
会場になってると助かるなぁ
ユニバーサルトイレもほしい

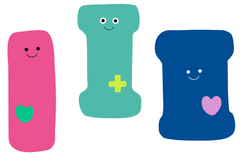


車いすを使う人
Wheelchair user

緊急時に役立つ
バリアフリー情報があると
安心ですね



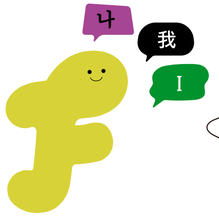
LGBTQ+



内部障害のある人
Person with an internal disability

ユニバーサルトイレがないと
不安を感じます……

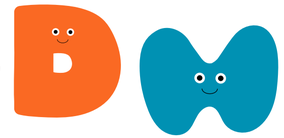
私も食べられる食事メニューが
用意されてるとうれしい！



外国人
Foreign nationals

日本語がわからないから、
英語の音声ガイドがあると
ありがたいね

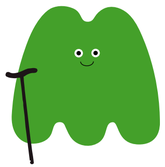
耳が聞こえにくくても
スタッフの方に
いろいろ聞けると
いいんだけどな



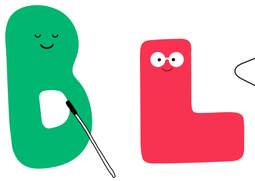
ろう者・難聴者
Deaf person & Hard-of-hearing person

耳が聞こえにくくても
みんなと一緒に楽しめる
ツールってないのかな

列に長時間並んで
立つのは難しいなあ。
優先レーンがあると
助かります

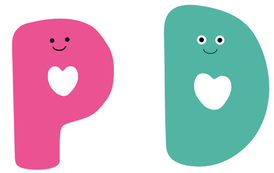


移動に困難のある人
Person with a mobility impairement



全盲・弱視の人
Blind person & Person with low vision

目が見えにくくても
みんなと同じように楽しめる
道具や情報があるといいなぁ



精神障害 発達障害のある人
Person with a psychosocial disability, with a developmental disability

自分で伝えたり理解するのが
難しいときがあるから、
ゆっくり話してもらったり、
やりとりを手伝ってくれる
サービスがあるとうれしいです

★☆☆

みんなが参加できる

施設や設備の環境を整える

ハード

・バリアフリーな環境を整える
・会場選定における配慮

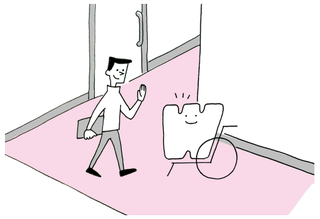
バリアフリーじゃないと
参加しにくいな



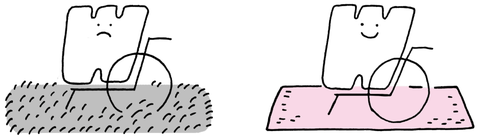
車いすを使う人など

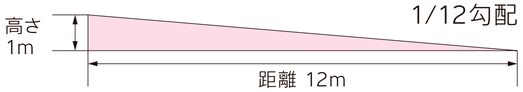
みんなが通りやすい通路

■車いす通路幅
車いす使用者が通れる幅：90cm以上
車いす使用者が通りやすい幅：120cm以上
人と車いす使用者がすれ違える幅：150cm以上
車いす使用者同士がすれ違える幅：180cm以上
電動車いすなどのタイプによってはさらに余裕が求められる。



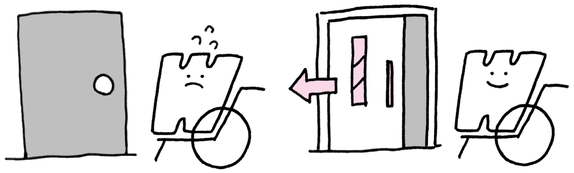
■床材：毛足の短いカーペットが望ましい。
■スロープ：スロープ勾配は12分の1以下に。
15分の1以下が望ましい。





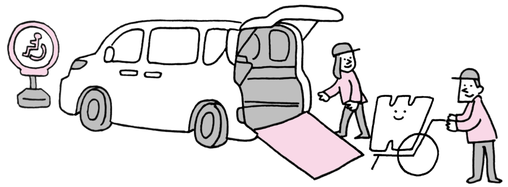
みんなが使えるドア

■車いす利用者は、頚椎(けいつい)損傷や全身の脳性まひなど
で手に不便さがある人が少なくないので、引き戸や
ドアレバーが望ましい。



みんなが使える駐車場

■多くの車いす利用者は自動車を使うので、
会場入口近くに身体障害者用駐車場を必
要十分な数設けることが望ましい。



バリアフリー対応の会場検索が可能なデータベース

■イベント会場の選定時は、段差の有無、車いす対応トイレの有無の確認が重要。

〈VENUE LINK〉
バリアフリーや環境に配慮した会場をカテゴリー検索できるようになっている。



https://venue-link.com/

★☆☆

みんなが参加できる

サポートできる環境を整える

ソフト ・来場者特性に合わせたオペレーション

車いすが
楽な通路は？

聞こえにくいから
相談しにくい……

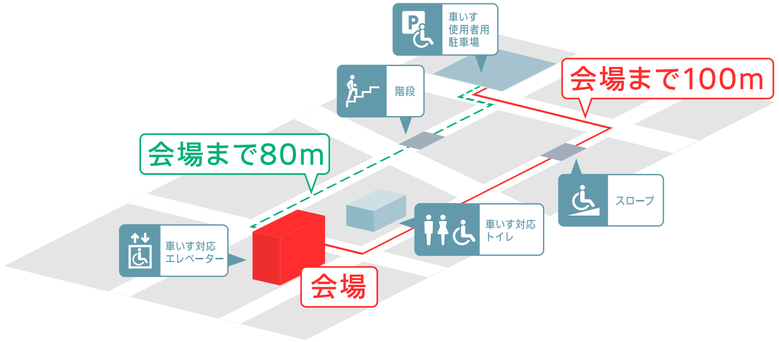


車いすを使う人や、ろう者・難聴者など

多様な人たちが安全に来場できる アクセスサポート

■バリアフリーに配慮したアクセス情報の提供。

・特性にあわせて選べる案内を用意。
・距離の表示などでサポートする。
・バリアフリーな設備の情報を提供する。



〈バリアフリーマップ〉

誰でも気軽にスタッフに問い合わせられる コミュニケーションツールを準備

■筆談ツールの準備。



〈コミュニケーションサポート〉

音や光に敏感な人でも 快適に過ごせるようにする

■クワイエットアワー（サイレントアワー）を設定。



★★☆

みんなが参加しやすい

みんなが理解できる環境をつくる

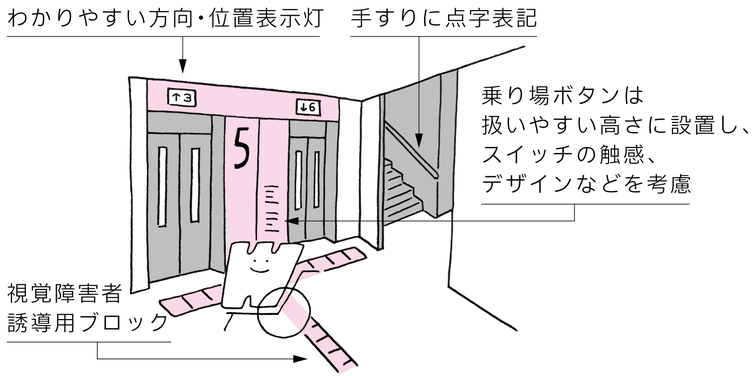
ハード　・わかりやすいサイン計画



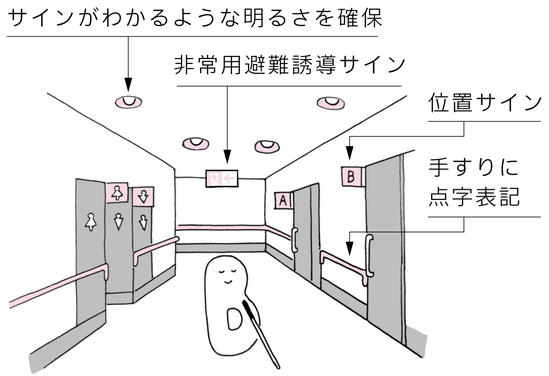
車いすを使う人や、全盲の人など

多様な人たちが認識できる会場内のサイン計画や、イベントの来場者特性に応じて変更できるサイン

■エレベーター・階段周り

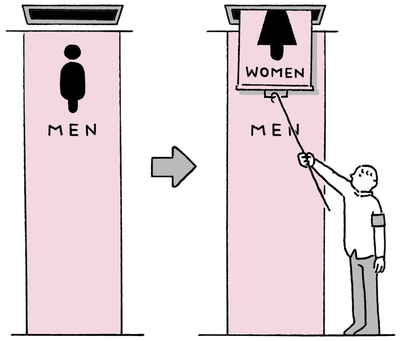


■通路



■イベント特性による男女切り替えが可能なトイレサイン

・スクリーンをおろして男女切り替えが可能。



※横浜アリーナでの事例。

■回転ドアの低速・引戸・停止ボタンの配置

・障害のある人だけでなくこどもや高齢者にも
扱えるよう低い位置への設置や十分な案内に配慮。





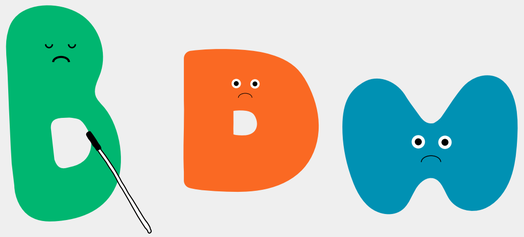
★★☆

みんなが参加しやすい

みんなが理解できる環境をつくる

ソフト ・多様な人に対応した情報保障

みんなと同じ内容を
きちんと理解したい



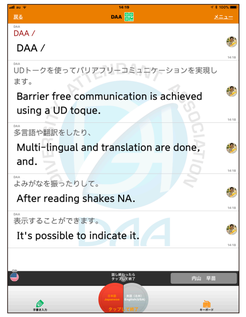
全盲の人や、ろう者・難聴者など

聴覚障害のある人も利用できる音声認識ツールを活用

■UDトーク

・「音声認識＋音声合成」で視聴覚障害間、「多言語音声認識＆翻訳」機能で多言語間のコミュニケーションを支援できるアプリ。





https://udtalk.jp/

視覚障害のある人にも対応する音声ガイドなどのツール活用

■Uni-Voice

・スマートフォンや専用読み取り装置で読み取ることで文字などの情報を音声にすることができる、音声コード。



https://www.uni-voice.co.jp/

視覚障害のある人も楽しめる音声AR

■音声AR

・ユーザーの行動に応じて位置情報を正確に把握する事で、音声や音楽などの聴覚情報が自動再生できる技術。





https://onsei-ar.jp/ja/

視覚障害のある人のためのスポーツ実況生成AI

■Voice Watch

・スポーツの試合のあらゆるデータをAIが音声情報に変換し、実況をリアルタイム生成。スポーツを”聴く”という、視覚障害のある人の新しい観戦体験を実現する。



https://voicewatch-project.com/

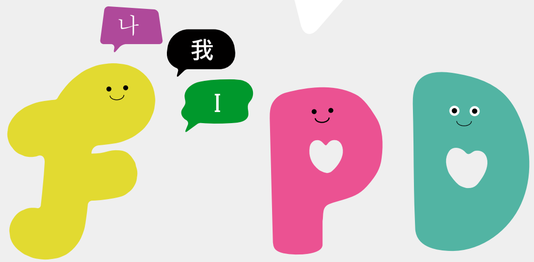
★★★

みんなが満足できる

みんなが快適に楽しめる環境をつくる

ハード　・多様な人が楽しめる空間づくり

安心して行ける
イベントがいいなぁ



外国人や、精神障害がある人・発達障害がある人など

宗教上の習慣に対応

■礼拝(きとう)・祈禱室
宗教習慣が参加の障壁とならないように、
礼拝や祈禱などのスペースを設置。







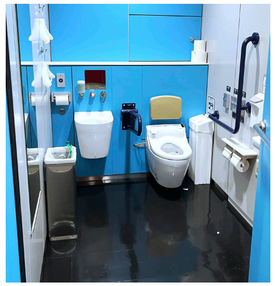
※有明ガーデン・羽田エアポートガーデンでの事例。

内部障害や車いす利用者に対応した
ユニバーサルトイレの完備

■ユニバーサルトイレ

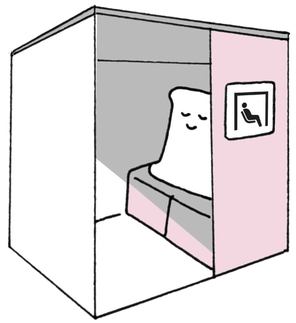




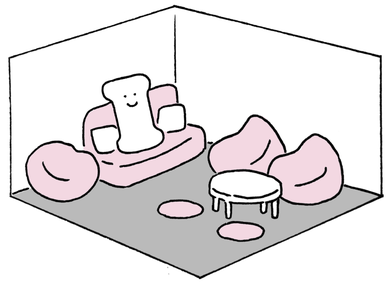


パニックになった場合の
カームダウン・クールダウンスペースや
センサリールームの設置など

■カームダウン・クールダウンスペース
人混みや騒音など日常と異なる環境から離れて、
気持ちを静められる空間。



■センサリールーム
音や光、においなどの五感の刺激を少なくし、
感覚過敏な人やその家族が
安心して過ごせる空間。



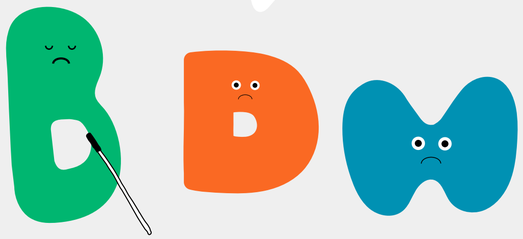
★★★

みんなが満足できる

みんなが快適に楽しめる環境をつくる

ソフト ・多様な人のニーズに対応した運営

ガイドツールは
どこで借りればいいの？



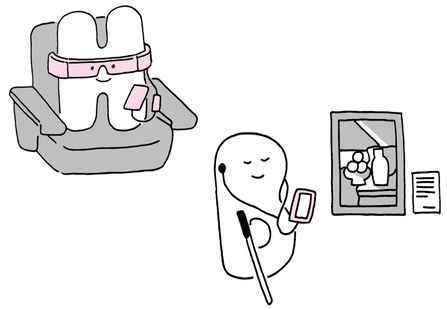
全盲の人や、ろう者・難聴者など

鑑賞サービスカウンターを設置し、音声ガイドなどの情報保障ツールの貸し出し

■鑑賞サービス（字幕ガイドなど）



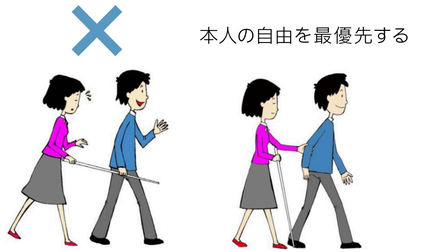




映画館で実施している「メガネで見る字幕ガイド」「スマホで聴く音声ガイド」
出典：NPO法人 メディア・アクセス・サポートセンター

外国人や多様な特性の人への対応方法を学んでおく

■ダイバーシティ・アテンダント検定



Copyright UD Japan Inc.



〈ダイバーシティ・アテンダント認定証〉



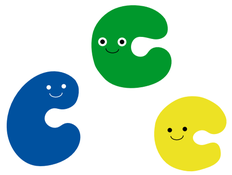
〈ダイバーシティ・アテンダント認定バッジ〉

出典：一般社団法人ダイバーシティ・アテンダント協会

みんなのグッズ

実際に触れて利用するものとして、年齢や国籍、障害の有無を問わず誰もが公平に直感的に利用でき、
誤操作をしても危険につながらない設計にしましょう。
素材や製造プロセスで環境や人権、公正な取引に配慮することも重要です。

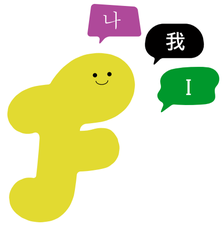
みんなが、グッズで感じること。



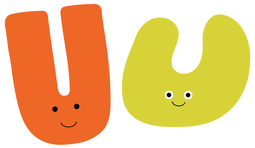
こどもは好奇心でなんでも
口に入れてしまったり、
思いがけない使い方をするので、
安心安全が大事です

幼児・小児
Child

日本語がよくわからないので
直感的に使えるものがいい



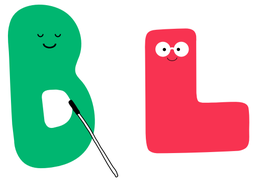
外国人
Foreign nationals



手を細かく動かすことが
苦手な私にも
使いやすいものだと、
うれしいです！

上肢障害のある人
Person with an upper limb disability

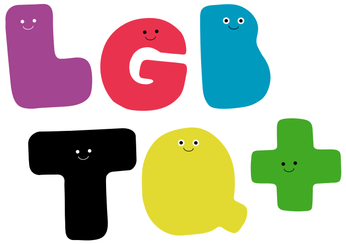
視覚的なデザインに
依存しているグッズは、
私たちには使い方が
わからないことも……



取扱説明書や安全性の表記は
視覚以外から情報が
取れるようにしてほしいです

全盲・弱視の人
Blind person & Person with low vision

ジェンダーにとらわれない
デザインや色、サイズから
選びたいなー



興味があるものでも、
ジェンダーバイアスが強いPRだと、
買いたくなくなるね

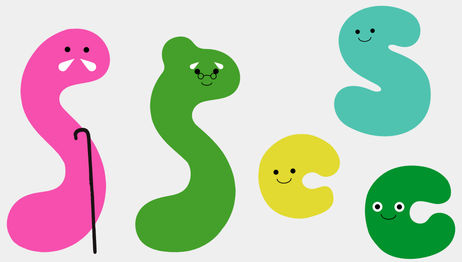
LGBTQ+

★☆☆

みんなに安全

使用することが
大きな危険につながらない

万が一のことなんて
考えたくない！

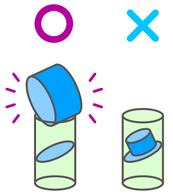


高齢の人やこども、低身長の人など

形状や形による危険を予防する

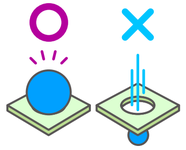
■例）誤飲、窒息の恐れがないかチェック。

❶小部品試験（誤飲防止）
「3歳未満のこどもが誤飲する恐れがある小さな部品」でないことを、「斜め円筒（小部品シリンダー*）」に完全に収まってしまわないかどうかの試験で確認する。



＊：直径31.7㎜の円柱を、斜めに切った形状の円筒。

❷小球試験（窒息防止）
3歳未満のこどもがのどに詰まらせる恐れがある球（球形・卵形・楕円形の物体）でないことを、直径44.5㎜のゲージ（小球ゲージ）を自重で通過するかどうかの試験で確認する。



燃えにくい素材を使用する

■こどもが身に着ける、中に入る、抱っこする「グッズ」などについて、燃えやすい材料が使われていないかを燃焼性試験（難燃性・防炎性／JIS L 1091）によってチェックする。

有害物質を使わない

■こどもが口にするおそれがあるものは、厚生労働省が定める食品衛生法などを基に、鉛などの重金属の検査や、塩化ビニル樹脂の可塑剤（フタル酸）の検査を行う。

わかりやすい注意喚起

■誰でもわかりやすい注意喚起のピクトグラムを、パッケージや取扱説明書に明記する。

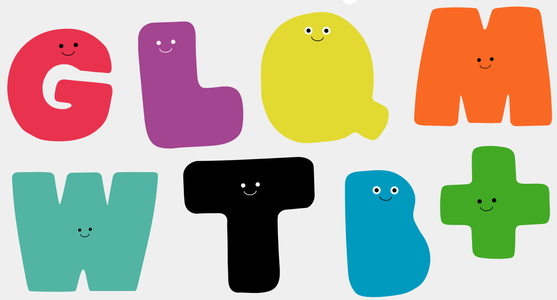


★★☆

みんなが選べる

誰もが選びやすく持ちやすいデザイン

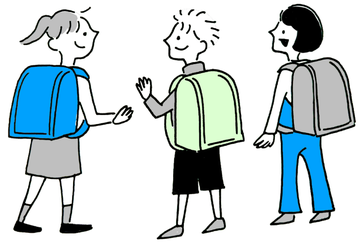
好きに、自由に選びたい！

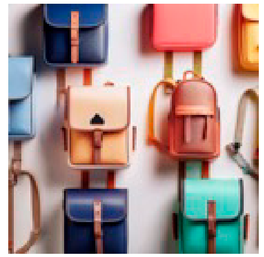


さまざまなセクシュアリティやジェンダーなど

ジェンダーニュートラルな配色やデザイン

■男の子ならブルー、女の子ならピンクなどのジェンダーバイアスに影響を受けない。







さまざまな人が利用できるユニバーサルなデザイン

■箱の1辺を曲線にすることで、特徴的なフォルムに。化粧品や乳液など、複数の商品が同じサイズの箱であっても、部分的に罫線の入れ方を変えることで、目の不自由な方や色の識別がしにくい方も、触って識別できる「アクセシブルデザイン」。



〈化粧品や乳液などを入れる化粧箱〉

■幾何学模様が用いられ、さまざまな色を組み合わせることで「女性らしさ」というステレオタイプを払拭したデザイン。性のあり方に関係なく、誰でも生理用品を買いやすく持ち歩きやすくなり、すべての人が生理に対して前向きになれるようなデザインを目指したもの。



〈生理用品を入れることを想定したパッケージ〉

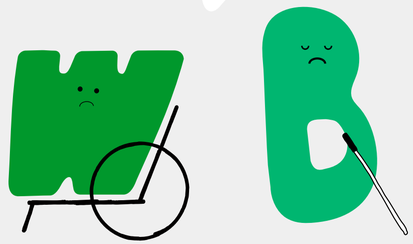
出典：ザ・パック株式会社　https://www.thepack.co.jp/

★★★

みんなが便利

誰でも利便性が向上したり
ワクワクできる

私もみんなも
使えるものがいいな

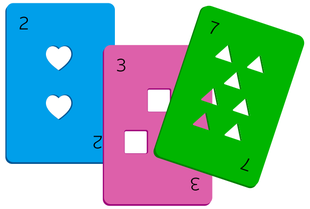


車いすを使う人や、全盲の人など

視覚的な情報だけでなく触ってわかる触覚的な情報を取り入れる

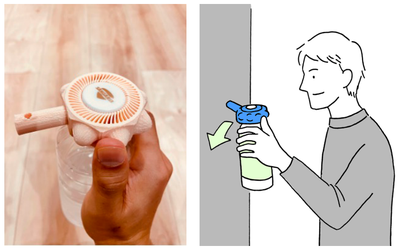
■文字やボタンに凹凸をつける／スイッチのクリック感を明確にする。



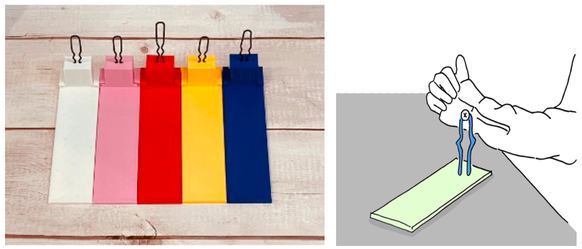


片手で使えるような設計をする

■弱い力で使える／細かい作業を必要としない。



〈片手で開けられるペットボトルオープナー〉



〈片手で袖ボタン着脱キット〉



〈両手が上がりづらく髪の毛が洗えない方のための長柄ブラシ〉

出典：nico　https://isotope.thebase.in/

コラム　公正な取引、環境配慮への取り組みは、グッズ制作の重要な要素

公正な取引、環境配慮に対する認証制度【例】

〈国際フェアトレード認証ラベル〉
国際フェアトレード認証ラベルは、製品の原料が生産され、輸出入、加工、製造されるまでの間に、国際フェアトレードラベル機構が定めた基準が守られていることを示します。

〈エコマーク〉
ライフサイクル全体で環境負荷が少ないと認められた製品・サービスの目印です。

〈レインフォレスト・アライアンス認証マーク〉
森林保護、気候変動対策、人権保護など、より持続可能な農業を推進するための認証制度。認証マークは生産者が持続可能な農業と責任あるビジネス実践の厳しい基準に従っていることを意味します。

〈バイオマスマーク〉
生物由来の資源（バイオマス）を利用した商品に表示できる目印です。

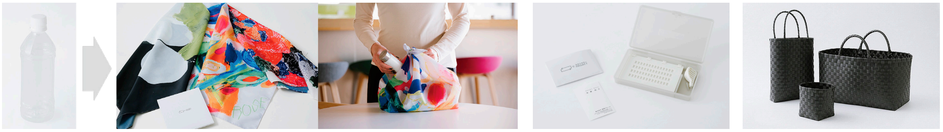
バイオマスマーク

〈環境配慮型製品〉
製品のライフサイクル全体を通じて環境負荷を低減することを目指した製品。



で、おわらせない PROJECT

〈リサイクル/アップサイクルソリューション〉
使用できなくなったものを原料として再利用することをリサイクル、元の素材を生かして新しいものを作ることをアップサイクルと言います。



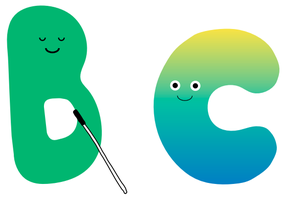
〈で、おわらせないPROJECT〉	企業活動で使用するモノをアップサイクルし、環境負荷を減らし、良い循環を生む仕組みを作るプロジェクト。

みんなの印刷

印刷は主に視覚による情報伝達ですが、視覚以外の情報伝達手段を用意することも大切です。
できるだけ多くの人に、正しい情報を、わかりやすく伝えることを心がけましょう。

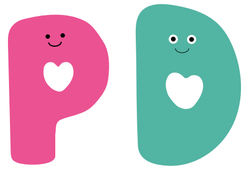
みんなが、印刷で感じること。

点字だけでなく、音声コードなどで
印刷物の内容を確認しているので、
文字情報のデータを
公開してもらえると助かります



家電の説明書に書いてある、
バッテリーランプの色の違いが
わからないんですよね……

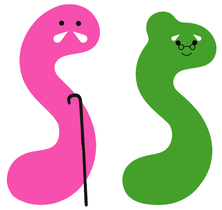
全盲・弱視・色弱の人
Blind person & Person with low vision, with color vision deficiency



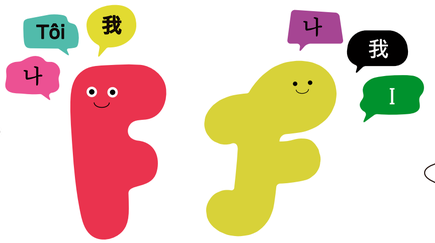
長い文章を読むことが苦手なので、
図や表でわかりやすいほうが
うれしいです

精神・発達障害のある人
Person with a psychosocial disability, with a developmental disability

昔と比べて色の見え方が
変わってきたし、
小さい文字は読みづらくて
飛ばしがちです



印刷物は外国語版で、
ネットでは外国語に
対応したサイトで
情報を確認しています



日本語が読めないので、
アレルギー表示が日本語だけだと
心配で買えないんです

高齢の人
Senior

外国人
Foreign nationals & Foreign resident

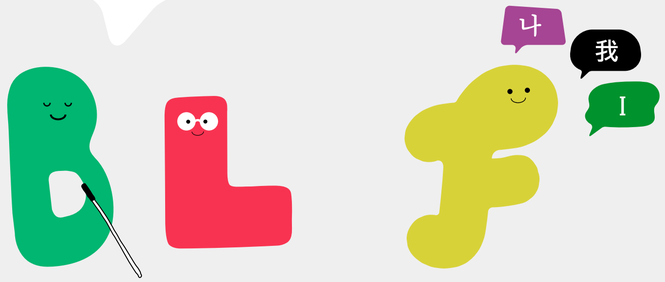
★☆☆

みんなに伝わる

必要な情報をみんなに届けるために、
視覚以外の情報伝達手段を用意する

文字は音声で
聴きたい

日本語が苦手でも、
命にかかわる
情報は知りたい！



全盲・弱視の人や、外国人など

日本語以外を第一言語とする人に向けて、多言語で印刷物を作成、多言語版サイトに誘引する2次元バーコードの印刷

■多言語対応（印刷物・2次元バーコード）



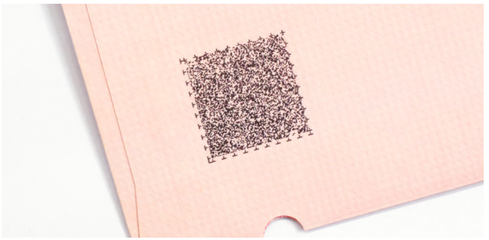


©エクスポート・ジャパン株式会社

・アレルギーや災害など生命や財産にかかわる情報は、日本語以外の伝達手段も準備する。ひとつのコードで多言語と音声のコンテンツを表示できるアクセシブルコードなどがある。

視覚障害のある人に向けて音声コード付き印刷物、音声データの作成・提供

■音声コード



・視覚障害のある人に向けて、印刷物の文字情報をデジタル化し2次元バーコードで読み取れるようにしたもの。

視覚障害のある人に向けて拡大文字版の作成、点字印刷

■点字印刷・エンボス加工



・後天的な視覚障害のある人の中には、点字を読めない人もいるので注意が必要。

★★☆

みんなが理解できる

情報量・タイポグラフィ・色彩設計で、
必要な人に正しい情報を伝える

文字がいっぱいでわかりにくい！
読む気がしない！



発達障害のある人や、色弱の人など

行や文字間隔を調整し読みやすい情報量にする

■情報量

19%未満
45文字まで

・人が許容できる文字情報の量は紙面の19%未満であるといわれており、1行が45文字以上の文章は読まれにくいというデータもある。
※UCDA調査による。

読みやすいフォントを適切な大きさで使う

■タイポグラフィ（文字）

aA みんなの文字ゴシック体 R2
aA みんなの文字明朝体 R2

画数の多い漢字はつぶれにくい設計

【一般的なフォント】
臓器 保障

【みんなの文字】
臓器 保障

ひらがなのフトコロを最適に設計

【一般的なフォント】
まで および

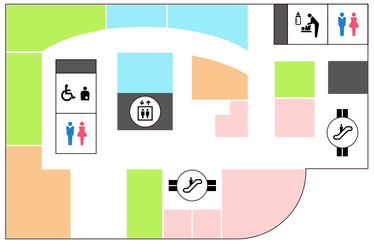
【みんなの文字】
まで および

・印刷物のコピーを繰り返しても読みやすさが劣化しにくいユニバーサルフォントを使用し、文字の大きさにも配慮が必要。長体や平体など、フォントも変形はなるべく避ける。

・「みんなの文字®」はユニバーサルデザインの視点で作成されたフォント。電通も開発に携わる。

https://minmoji.ucda.jp/

文字だけではなくピクトや図を使用する

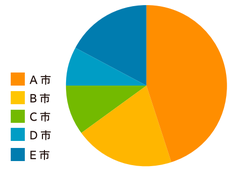


色弱の人に配慮した色彩設計を行う

■色彩計画

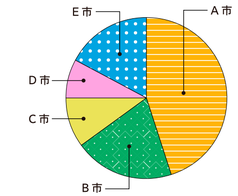
・文字色と背景色は十分なコントラストを設定して、色弱の人に配慮する。アドビのAdobe Illustratorで簡易的なチェックが可能。

✕ 悪い例



✕色だけで領域を区別・
明度の差も少ない
✕領域間に境界線がない

○ 良い例



○色だけでなく
飾りや文字で領域を区別
○領域間に境界線がある

★★★

みんなにわかりやすい

日本語を読めない人、視覚障害のある人、
高齢者など、さまざまな人に
適切に対応した印刷物を制作する



色弱の人や高齢の人、外国人など

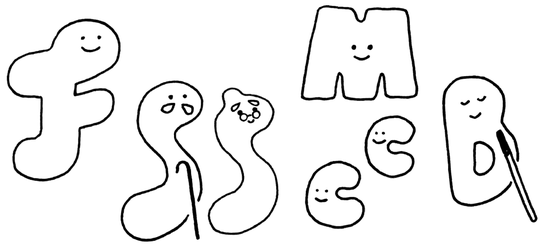
専門用語や外来語を使用する際は注釈をつけたり、言い換え語を併記する

言い換え語と併記
アカウンタビリティ→アカウンタビリティ（説明責任）

外国人、視覚障害のある人に配慮し、間違えやすい漢字には読み仮名をつける

読み仮名をつける
今日（きょう）　日曜日（にちようび）　祝日（しゅくじつ）

人権を尊重し、国や文化、ジェンダーに対する偏見や誤解を生まない表現にする



科学的に伝わりやすさが保証されたユニバーサルフォントやピクトの使用

■みんなのピクト®



（例：特定原材料のピクトで食物アレルギー対策を支援）

・「みんなのピクト」は、ユニバーサルデザインの視点で作成されたピクト。電通も開発に携わる。
https://ucda.jp/research/minnano_picto.html

科学的な基準でわかりやすさを保証する第三者機関での認証取得

■第三者認証の取得

見やすいデザイン UCDA 第三者認証 1Z1234567(1)

伝わるデザイン UCDA 第三者認証 1Z1234567(1)

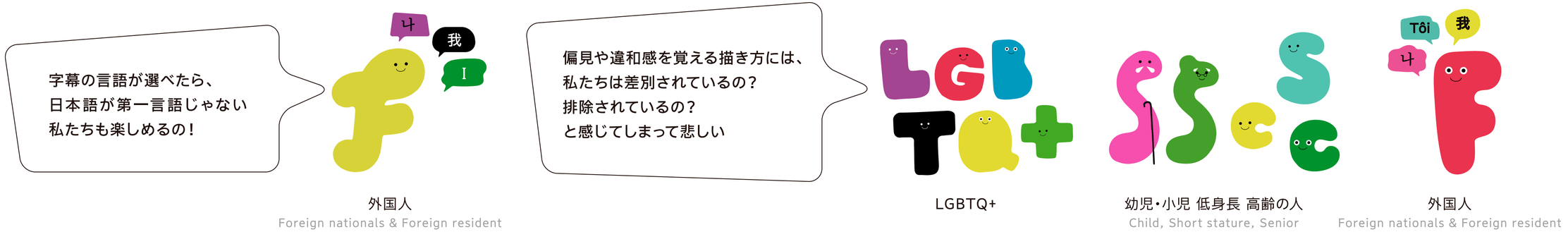
'25 CUD COLOR UNIVERSAL DESIGN

・UCDAやCUDなどの認証取得を通じて、データに基づいた見やすい印刷物の作成が可能。

みんなの動画コンテンツ・CM

障害、特性、年齢、国籍にかかわらず、さまざまな人が楽しめる映像制作を心がけましょう。

みんなが、動画やCMで感じること。



※視覚の過敏性はASD（自閉スペクトラム症）の人に多い特性です。ただし、ASDの人の中にも視覚過敏のない人はいます。また逆に、視覚過敏だからといってASDだとは限りません。

字幕・言語選択（リモコン）

市販のほとんどのテレビやデジタルレコーダーではリモコンに「字幕」ボタンがついており、字幕放送を見る場合は「オン」「オフ」をワンタッチで設定できる。



ハーディングチェック（パカパカチェック）

映像コンテンツが視聴者に光過敏性発作を引き起こすリスクを評価するためのテスト。特定の光の点滅やパターンがてんかんなどの発作を誘発する可能性があるため、放送や配信前に映像を解析して安全性を確認する。

★☆☆

みんなに伝わる

見えにくさ・聞こえにくさをサポート



ろう者・難聴者など

視認性を上げる配慮（配色、フォント、文字の大きさ、コントラスト、行間、字間など）



音声解説、解説放送、副音声

■映像に関する説明をナレーションで補う放送サービス。AI音声の使用も増加中。

ろう通訳

■通訳する内容を、障害のない手話通訳者が手話などで伝え、それをろう者がより自然な手話表現に通訳するもの。

手話や字幕



〈手話＋字幕/
オープンキャプション
（常に字幕表示）〉



〈字幕/英語＋
クローズドキャプション
（字幕ON/OFFを選べる）〉

字幕付きCM

■聴覚障害のある人のみならず、加齢で聞こえにくい人にも伝わりやすい。理解を深め、話題拡散性や企業イメージも高める効果が。



※字幕付きCM普及推進協議会 字幕付きCM普及促進チラシより

■字幕付きCMは近年日本でも増えつつある。

before（2010年2月）		after（2024年4月）
オンエア数 0%	➡	オンエア数 25.2%
放送企業数 0社	➡	放送企業数 118社

※字幕付きCM普及推進協議会 2024年4月観測レポートより
最新情報はこちら https://www.jaaa.ne.jp/jimaku_cm_portal/

しかし欧米にはまだまだ及ばず…

〈ゴールデンタイムにおける字幕付きCM比率〉	
日本 約20%	イギリス 約100%

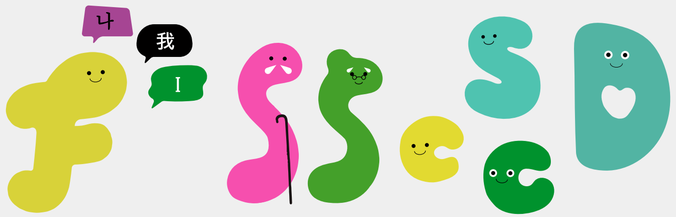
※Group IMD社調査。2023年11月より

★★☆

みんなが理解できる

映像制作においての留意点

この映像、テレビでは見やすいのに
スマホだと見にくい



いろいろな「みんな」

アウトプットの多様化

■媒体やプラットフォーム、デバイスによってコミュニケーションの手法は千差万別。メディアの特性を生かし、みんなに伝わりやすい映像をつくる意識を持つことが大切。





■電車内の動画ビジョンなど音声がなく映像だけで表現する場合、文字での説明は必要だが、文字量が多ければ多いほど視認性は下がる。文字は必要最小限に、伝えたい情報をシャープにまとめることが望ましい。



キャスティングの多様化

■性別や見た目、人種、年齢、職業、障害の有無などで役割、イメージを固定化してはならない。
個人の特性や能力を尊重し、みんなにとっての選択肢を増やせるキャスティングの検討が必要。

制作手法の多様化

■AIなどの発展により、映像制作の手法も日々進化しているので、インプットを心がけることが大切。
場所や時間の制約を気にせず、環境負荷削減につながるバーチャルプロダクションの使用も増えている。

〈FACTORY ANZEN STUDIO〉
https://www.factory-studio.jp/anzen/
バーチャルプロダクション対応の高精細LEDディスプレー6面を常設する次世代スタジオ。移動が難しい人もまるで海外にいるような、より自由な企画立案と最先端の撮影が可能。





★★★

みんなに公平に

これからのスタンダード
世界の事例

無意識の差別が
なくなりますように



さまざまなセクシュアリティやジェンダーなど

有害な男女のステレオタイプを描く広告の禁止〈イギリスの広告基準協議会（ASA）〉

■イギリスの広告基準協議会は、ステレオタイプに基づく表現が、人の可能性を狭める一端を担いかねないとして、「性別にもとづく有害なステレオタイプ（世間的固定観念）」を使った広告を禁止。
たとえば以下のようなものが「有害」と認定される可能性のある描写とされている。

○男性が赤ちゃんのおむつ替えに失敗したり、女性が駐車に失敗するなど、性別が原因で特定のタスクに失敗する描写

○出産したばかりの母親に、心の健康よりも、外見をきれいに整えたり家事をきちんとする方が大事だと示唆する描写

○従来のステレオタイプで女性の役割とされてきた活動に従事している男性を軽んじる描写

カンヌライオンズ 国際クリエイティビティ・フェスティバル・グラスライオン「Glass: The Lion for Change」

■広告賞の最高峰とされるカンヌライオンズ 国際クリエイティビティ・フェスティバルで、世の中の不平等を平等に変えていくことを目的とした「グラスライオン」部門が2015年に設立された。性差別撤廃を目指して始まったが、性別だけでなく、人種やあらゆる差別、すべてのバイアスを取り払う試みに進化している。

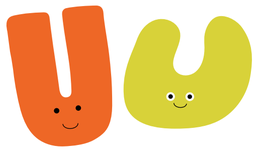
インクルージョンライダー

■役者が出演契約を交わす際に、その作品におけるキャストとスタッフの多様性（ジェンダー、ジェネレーション、人種、障害の有無など）を確保するよう求める条項のことを「インクルージョンライダー」という。多様性はキャストだけでなくスタッフにも求められるので、雇用の機会も映画で描かれる景色も変わってくることが期待されており、インクルージョンライダーは映画業界から各方面に広がりつつある。

みんなのウェブサイト・アプリ

障害、特性、年齢、国籍にかかわらず、さまざまな人が利用できるウェブサイトやアプリを構築しましょう。

みんなが、ウェブサイト・アプリで感じること。



上肢障害のある人
Person with an upper limb disability

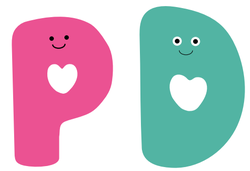
手が動かせなくて
マウスが使えないので、
キーボードとか、
ジョイスティックとかの
支援技術でサイトを
操作してるよ



〈ジョイスティック〉

ADHD（注意欠如・多動症）の
特性があるので、
ページに動くものがあると
気が散ってしまって……
目的の情報にたどり着けない
ことがあるんです

読字障害（ディスレクシア）の特性があって、
書体によっては文字がわかりにくかったり、
行間や文字間が狭いと文章として読むのが
難しいときがあります
ブラウザや拡張機能で書体や行間、文字間を変えたり、
他のソフトにコピペしたりして、
読みやすくなるよう工夫しています
文字の背景に色が付いていたりすると、
読みづらいときもあるなぁ



精神・発達障害のある人
Person with a psychosocial disability, with a developmental disability

ウェブサイトの情報を
画面読み上げソフト
（スクリーンリーダー）や
点字ディスプレーを
使って理解しています

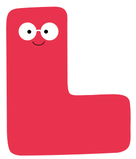




〈点字ディスプレー〉

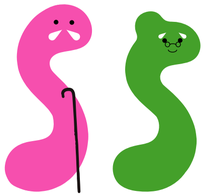


全盲の人
Blind person



弱視の人
Person with low vision

ウェブサイトを見るときは200%〜500%ぐらいに
拡大したり、画面の色を反転したりしないと
見にくいことが多いかなぁ
画面読み上げソフトも使ってます！



高齢の人
Senior

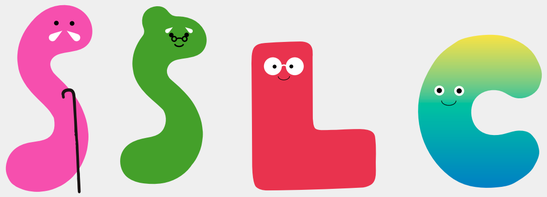
歳をとると、目の焦点が合いにくくなったり、
老眼や白内障、緑内障などで目が霞んで
小さな文字が見えにくくなったりするものですね
色が薄い文字も読みづらかったりします
色のコントラストが低いボタンには気が付かないこともあるし

★☆☆

みんなが利用できる

より多くの人が使える
コンテンツ制作の基本

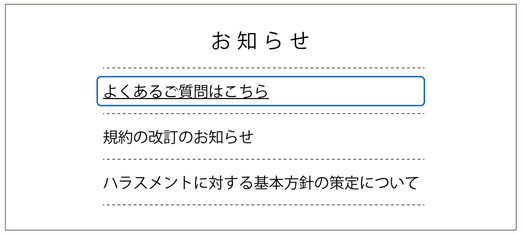
操作が思ったように
できない……



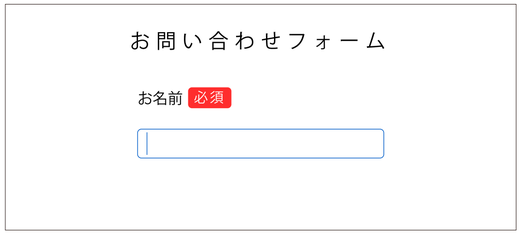
高齢の人や弱視の人、色弱の人など

キーボードだけでも
マウスと同じように使えるようにする

■ユーザーがマウスで操作しているとは限らない。
■キーボード操作の現在位置がわかるようフォーカスインジケータが表示されているか。
■マウスで操作できるリンクやボタン、入力フォームなどはキーボードでも操作可能か。　など



〈フォーカスインジケータで
キーボードフォーカスの現在位置を示す〉



〈問い合わせフォームは
キーボードでも入力・選択や送信ができる〉

何かを自動的に動かすなら止められるようにする

■停止ボタンは設置できているか、すぐ気がつくところにあるか。
■文字を読んだり、内容を理解したりするのに必要な時間は人それぞれで異なる。
■画面上で動いているものに気を取られてしまったり、邪魔に感じたりするユーザーもいる。



〈すぐ気がつく位置に一時停止ボタンを設置する〉

動画には字幕を提供する

詳しくは
03_4 動画コンテンツ・CM「みんなに伝わる」(P46)

色の違いだけで情報を伝えない

■色の違いを知覚できなくても理解できるか。

×

※赤字は必須項目です。
名前 [ ]

○

名前 必須 [ ]

リンク先を具体的な文言で表す

×

みんコミュデザインガイドの概要はこちら
みんコミュデザインガイドの概要はここをクリック

○

みんコミュデザインガイドの概要をご覧ください。

画像には代替テキストを適切に提供する

■スクリーンリーダー(画面読み上げソフト)に対応しているか。
■スクリーンリーダーは視覚障害(全盲やロービジョン・弱視)、
ディスレクシア(読字障害)などのあるユーザーが利用している。



〈alt="イラスト:座布団で眠る猫"〉
HTMLのalt属性を活用

適切な見出しレベルを用いる

■スクリーンリーダー(画面読み上げソフト)でもページのアウトライン
を把握できるよう、各セクションには見出しを配置し、情報構造が
理解できるよう適切な見出しレベルでマークアップする。

h1 さまざまな麺類
h2 ラーメン
h3 味噌
h3 塩
h3 醤油

〈HTMLには6つの見出しレベルがある〉

★★☆

みんなに利用しやすい

さらに使いやすく
そしてわかりやすく

読みづらい
見えづらい
理解しづらい……



知的障害のある人など

「読みにくい」「見えにくい」を防ぐために色のコントラスト比を確保する

×

#FFA500		名前
（文字:背景=2:1）	（アイコン：背景＝1.64:1）	（入力欄の枠線：背景＝1.8:1）

○

#DF3232		名前
（文字:背景=4.5:1以上）	（アイコン：背景＝3:1以上）	（入力欄の枠線：背景＝3:1以上）

〈コントラスト比の確保〉※コントラスト比の計算式は、ガイドラインで定義されています。

参照：WCAG 2.1 解説書（ウェブアクセシビリティ基盤委員会）
https://waic.jp/translations/WCAG21/Understanding/contrast-minimum.html
https://waic.jp/translations/WCAG21/Understanding/non-text-contrast.html

入力フォームのエラーメッセージは修正方法もわかりやすく説明する

×

エラー：修正してください

○

エラー：全角で入力されています。
半角英数字で入力してください。

〈エラーの原因と修正方法を提案〉

文字は画像ではなくテキストにする

○

文字を読みやすくする

↓

文字を読みやすくする

〈テキストなら好みの書体に変えられる〉

Make text more readable

〈さらに、機械翻訳も可能になる〉

専門用語や外来語を使用する際は注釈をつけたり、言い換え語を併記する

〈言い換え語と併記〉

エビデンス→エビデンス（根拠・証拠）

★★★

みんなが満足に

ガイドラインに明確な基準はないものの、
より多くの利用シーンを考慮した工夫



発達障害のある人や、外国人など

文字の理解が困難な人でも直感的にわかる アイコンやピクトグラムの使用



入力フォームでの配慮

■そもそも性別確認が必要かを確認する。
■確認する場合は、プライバシーを考慮して選択肢を提供する。

✕
性別 必須
○男性　○女性

○
性別 必須
○男性　○女性　○回答しない

〈個人情報の回答を強制しない〉

漢字へのフリガナの提供 「やさしい日本語」バージョンの提供

〈読み仮名をつける〉
下げる（さ）　下りる（お）　下る（くだ）

問い合わせ先の明記

■困りごとが発生したときに、問い合わせができる手段を提供する。担当者の明記やお問い合わせフォーム、電話、メール、FAXなど利用者が選べるように複数の手段を提供する。

ご意見・ご要望

アクセシビリティを高める取り組みを進めておりますが、ご利用にあたり、もしお困りのことやお気づきの点などがございましたら、お手数ですがお知らせいただけますと幸いです。
可能なかぎり、問題の解決に取り組んでまいります。

お問い合わせ：お問い合わせフォーム
担当者：台場 町子
電話番号：0570-○△□-○△□
メール：support@△□○.com
FAX：03-×○△□-○×△□

コラム

みんなに公平
かつ開かれた
サイト

無意識の差別を
生まないために
ウェブサイトとしても
できることがあるはず



無意識の人種差別を生まない・ステレオタイプで決めつけない
そんな仕組みをつくったホームシェアリングサービスサイトの事例

■取り組んだ内容

世界で利用されているホームシェアリングのプラットフォーム上では、
宿泊者が特定の人種に多い名前だった場合に
ホストが予約を承認する可能性が下がるという傾向がありました。
そこで、プロフィール写真を非表示にした上で予約申請することで、
人種によってホストが予約を承認しないといった差別が生まれないよう配慮する取り組みを実施。
また、予約確定後はお互いにプロフィール写真が表示できる状態にし、
宿泊者とホストが親しみや信頼を双方ともに感じることができるようにしました。

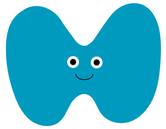
■施策の成果

差別のもとになる情報を排除した状態で予約ができるようにし、
その上で予約後、情報開示とともに差別排除を目的とした、
親しみやすい情報の追加をしたことでホストが抱いている無意識のバイアスを払拭し、
公平に予約ができるサイトに近づけることができました。

みんなのXR（VR・AR）

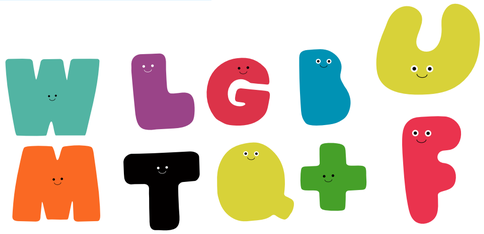
ほかの人とのコミュニケーションや体験の共有が多いVRやAR。
仮想空間ならではの公平性をみんなが楽しめるよう、企画設計の段階から、
デザインやUI 、デバイスからルールづくりなどこまやかな気配りが大切です。

みんなが、VR・ARで感じること。



難聴者
Hard-of-hearing person

音が聞き取りにくい私は、
テレビゲームの頃から
コントローラーがブルって震える
ゲームが楽しかった



みんな
Everyone

もっともっと自分らしい
アバターをつくりたいな



発達障害のある人
Person with a developmental disability

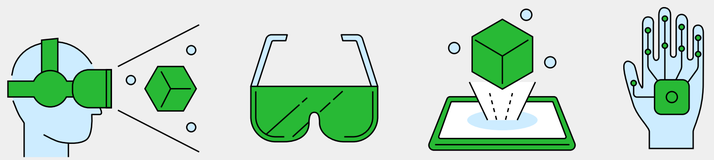
わかりにくい……
使いにくい……
難しい……



女性・こども
Woman, Child

この間、ゲームで知らない人に
セクハラされました
これじゃこどもには遊ばせられないなぁ

XR（VR・AR）は、スマートフォンだけで体験できるものからHMD（ヘッドマウントディスプレー）を装着して体験するものまで、多様で幅広い。



★☆☆

みんなが利用できる

さまざまな特性の人に配慮し
みんなが利用しやすくする



上肢障害のある人や、難聴者など

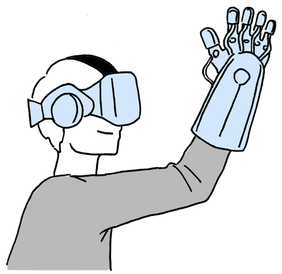
文字情報の表現に配慮

■フォントは読みやすいものを選び、大きさも調整可能にする。文字が空間に浮かぶ表現は、背景やコントラストへの配慮を欠くと、ユーザーの特性によって読みにくいものとなる。UI上で表示するほうが伝わりやすく、多言語対応も容易になる。

同じ「体験」をみんなに

■ヘッドマウントディスプレー・PC・スマートフォンなど、デバイスによって処理速度や回線環境が異なる。データ量や計算量を調整し、ユーザー環境の違いへ配慮する。

■映像や音声、文字だけでなく、振動や触覚のフィードバックを行うことで、聴覚に特性を持つ人にも豊かな体験を提供できる。



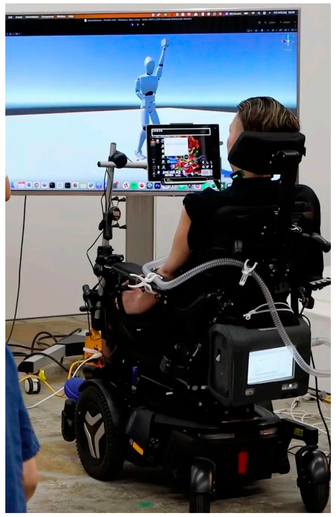
〈VRグローブによる触覚フィードバック〉

多様な入力方法を準備

■音声・モーション・視線など、多様な入力デバイスに対応できる環境をつくることが望ましい。

〈Project Humanity〉

https://project-humanity.live/jp/
ALS（筋委縮性側索硬化症）共生者でアーティストの武藤将胤さんが代表を務めるWITH ALSとともに、NTTとDentsu Lab Tokyoが共同で開発。筋肉を動かした時に発せられる電気信号（筋電）を利用してデジタル空間上のアバターを操作。



〈筋電センサーでアバターを操作〉

コラム

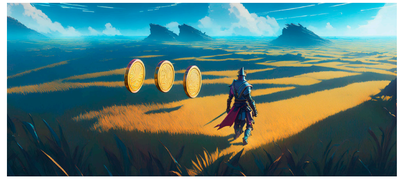
VR・ARの仮想空間は
どんな人にとっても
不便を感じやすい



他のメディアと異なるVRやARならではの課題は、さまざまな特性のある人たちはもちろん、多くの人たちも使いにくさ・わかりにくさを感じやすいところ。できるだけ言葉に頼らず、直感的・生理的に「自然にそうしたくなる」空間と体験をデザインすることが、さまざまな「みんな」への体験の提供につながる。

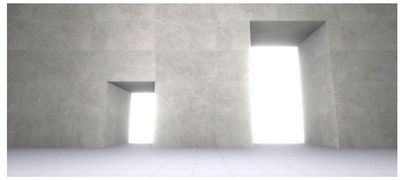
■空間設計

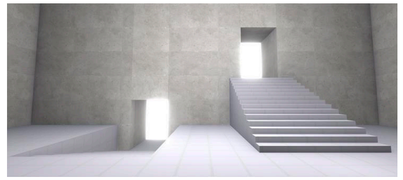
「どこにでも自由に行ける」は、「何をしていいかわからない」につながって、不親切。
主動線には「直感的に行きたくなる」演出を加える。

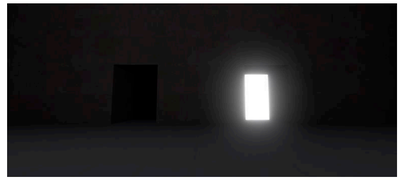

導くもの（コインなど）があると
行きたくなる


道や人が通った気配があると
行きたくなる


どこからでも見えるもので
方向を把握する


同サイズの出口が続いて大きい出口が
現れたとき、91%の人が大きい出口に（＊）


下る出口と階段で上る出口があると
63%が上る出口を選ぶ（＊）


暗い部屋にいると81%が
明るい出口に向かう（＊）

（＊）：XR空間で人が色・形・音・インタラクションなどの、どのような要素に引き寄せられるのか実験（CXCC&Dentsu Lab Tokyoの研究より）。

■情報設計

情報は段階的に開示し、ユーザーの理解度に合わせて機能を拡張していく。

■一貫性のあるインターフェースルールの設計

類似の機能には類似のデザインを用いて、覚えやすくする。



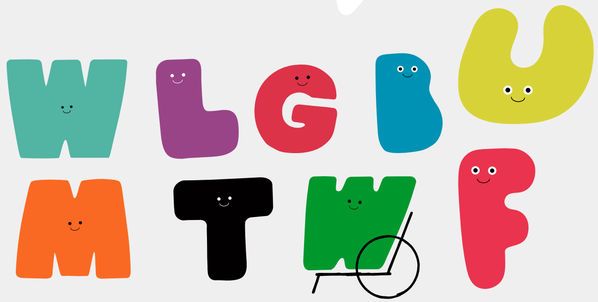
例：「閉じる」機能を持つUIの表記、形状、位置などを混在させない

★★☆

みんなに公平

ユーザーらしさの表現とルール

「わたし」をつくりたい
守りたい



いろいろな「みんな」

「こうありたい私」を表現できる

■仮想空間では、さまざまな特性を超えて、ユーザーが望む「自分らしさ」が表現できる。望みに応えられる表現のツールが不可欠。

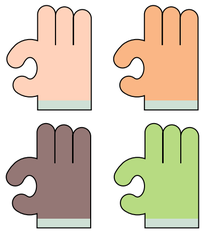


〈人種や肢体を意識させないアバター〉



〈アイデンティティとして車いす型のアバターを選ぶ自由も〉





〈アバターやスタンプの肌の色、性別表現の有無に配慮〉

差別やハラスメントの起きにくいコミュニケーションの設計

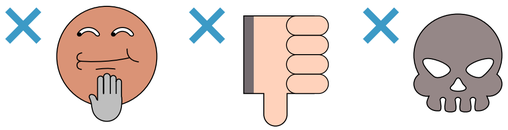


■自由な表現は、意図せず誰かの権利やアイデンティティを侵害してしまう可能性もある。多様性、公平性を保ちながら、一定の規範とそれを維持する機能が必要。

・特定の文化・伝統・習俗に対し、歴史・背景を軽視して表現に用いた場合、文化盗用にあたる場合も。

■ポジティブアクションを促す体験設計が必要。
・コミュニティへの誇り・愛着・貢献を引き出す設計。
・熟練者が初心者をガイドするインセンティブを設計（ギルドのランクを上げるなど）。
・ユーザー（グループ）の信用度ランクを可視化する。

■ネガティブアクションの排除にも配慮。
・一定距離内に接近した他人のアバターは透明化。
・バッドボタンの排除、ネガティブなスタンプの排除。
・他人をあおるアクションなどを最大限排除。



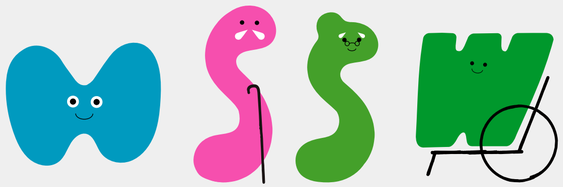
■ジェスチャーアクションには注意。
・文化によって解釈が異なる。例えば、ハグがあいさつか性的接触かは国・文化で異なる。

★★★

みんなが便利

距離や時を超えた体験

移動の負担が大きいから
あきらめていたけど

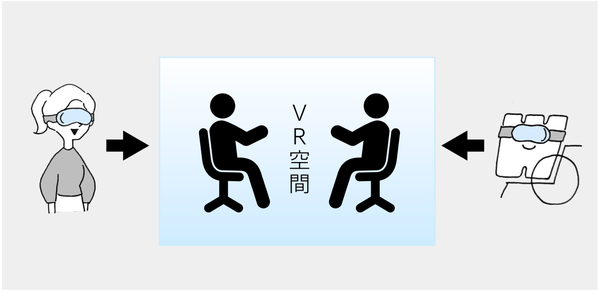


難聴者や高齢の人、車いすを使う人など

体験の代替としてのVR

■実際に現場に行けない人や、体験コンテンツを直接体験することが難しい人も
VRであれば体験提供できる場合がある。

「幻肢痛VR遠隔セラピーシステム」が2021年度 グッドデザイン賞を受賞
https://www.dentsusoken.com/news/release/2021/1021.html



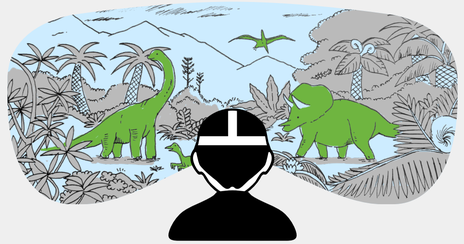
〈VR空間で対面〉



〈セラピストと、患者のコミュニティに〉

空間再現としてのVR・AR

■3Dスキャン技術などと組み合わせることで、もはや現存せず行けなくなったところや、
会うことが難しい人などを目の前に再現できる。
記録映像などに代わり、空間をそのまま疑似体験できるようになる。



みんなのくらしのシステム・サービス

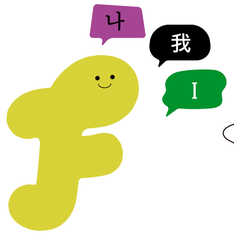
どんな特性の人にも安心して日々をくらしてもらうために、公共のシステムやサービスにも
さまざまな人の視点を生かした「みんコミュデザイン」を取り入れる必要があります。

みんなが、くらしで感じること。

家族がいる国に送金したいと思っても、
申請や登録が日本語の説明ばかりで、
難しくて諦めたことがある……

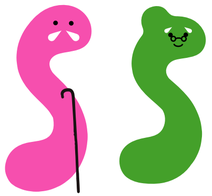


在留外国人
Foreign resident



外国人
Foreign nationals

電車の切符を買うとき、路線図を見て、
お金のボタンを照らし合わせて買うのが
難しいので困っています



高齢の人
Senior

いろんな申請がデジタルになって、やり方がわからない……。
役所では同じことを何度も聞いたり書いたりで大変だから、
スマホがうまく使えたらと思うけど、
誰にも聞けないし。取り残されてる感じがしてます

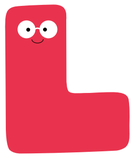
エレベーターや自動販売機など、
ボタンが高い位置にあって押しづらいです。
同伴者がいないときに助けを求めるのも
ストレスなんですよね……。
最近街中で見るデジタルサイネージは、
大きくて手が届くのでいいですよ！



車いすを使う人
Wheelchair user



色弱の人
Person with color vision deficiency



弱視の人
Person with low vision

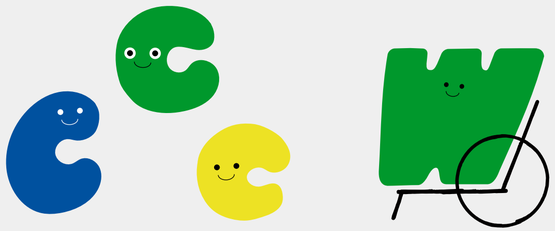
地図や案内板が見えにくいときは
地図アプリを使いますが、
建物内や小道だと
表示されないことがあって。
案内板も拡大縮小できればいいのになぁ

★☆☆

みんなが利用できる

さまざまな人が目的を果たせる設計

高くて押せない
ボタンは困る



こどもや、車いすを利用する人など

インタラクティブデジタルサイネージ

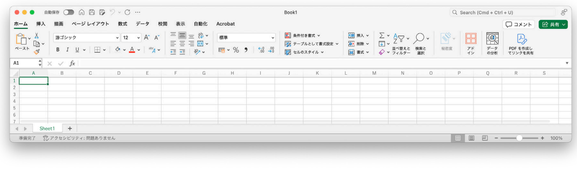
■対象者：こども・車いす利用者・高齢者
基本的な操作UIは画面下部に。



システムツールUI

■対象者：グローバル
ノンバーバルコミュニケーションとして、アイコンでアクションを想起・ひもづけて、操作性と一貫性を保つ設計。







(左)：Gmail™ email service is a trademark of Google LLC.
Google and Google Docs are trademarks of Google LLC and this book is not endorsed by or affiliated with Google in any way.

(中)：Used with permission from Microsoft.
みんなのコミュニケーションデザインガイド is an independent publication and is neither affiliated with, nor authorized, sponsored, or approved by, Microsoft Corporation.

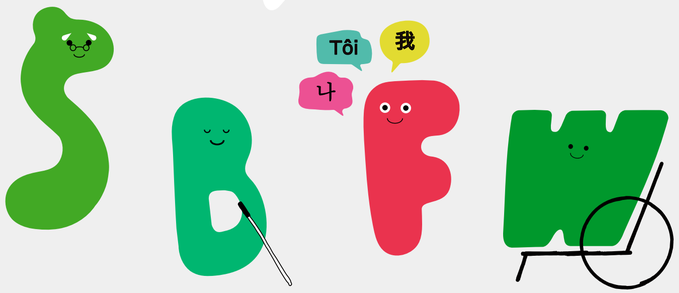
(右)：Adobe product box shot(s) reprinted with permission from Adobe.
Adobe Illustrator® are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

★★☆

みんなが利用しやすい

サービスの間を
スムーズに行き来できる体験

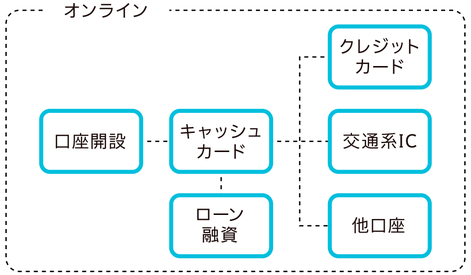
公共の手続きが簡単になると
いいのにな



高齢の人や全盲の人、在留外国人、車いすを使う人など

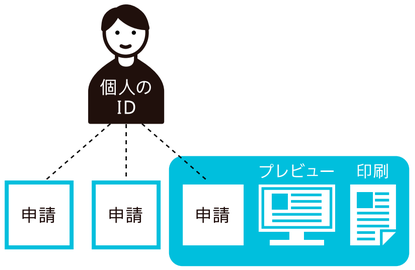
金融サービス一括管理

■あらゆるお金の流れを他サービスと連携することでオンライン上で一元化できる。



申請手続きのペーパーレス化とデジタルの共存

■個人のIDを発行し、データ連携することで、複数の申請で共通して必要な個人情報入力の手間を削減。紙媒体が必要な申請でもオンラインのプレビューなどで可視化し、デジタルと紙の往来の負荷を減らす。



地域アプリのポータル連携

■地域通貨の活用やイベント告知、自治体調査などを包括して連携。その地域に関連するサービスや活動を一括して体験できる。





〈岐阜県養老町マイナンバーカード認証画面/YORO健康通帳画面〉



〈兵庫県加西市公式LINEアプリ「かさいポータル」画面〉

★★★

みんなの「当たり前」に

自治体から民間へのアプローチ



高齢の人など

**デジタルデバイド（情報格差）解消に向けて、
地域で開発したアプリを市民が活用するために、
スマートフォンの使い方をはじめとした
体験会やイベントが開催されている。**



■長崎市
デジタルデバイドの解消を目指した教育プログラムを提供。
高齢の人がスマホサロンサポーターとして同世代をサポートするための講座を実施。
https://www.city.nagasaki.lg.jp/page/6280.html
※2025年4月に更新

■三重県
5G基地局などの設置促進のためのワンストップ窓口を設置。
市町と連携しデジタルに不慣れな人が学習・相談できるスマホ教室を開催。
https://www.pref.mie.lg.jp/DIGITAL/HP/000270598.htm

国外の公共機関や文化施設では多様な「みんな」への対応の標準化が進行中。

■ドイツ
公共機関（官庁や文化施設）のウェブサイトは今日、多言語表記、平易なドイツ語表記（学習障害者や児童青少年のため）、手話の活用、視覚障害者用表記が基本。政府の報告書や刊行物のダウンロードページには「バリアフリー」の表示があり、読み上げ機能などが組み込まれたアクセシビリティ配慮文書の形式になっている。

■フランス
文化施設のアクセシビリティ対応は標準化・共通化が進み、施設配置図（レリーフ配置図がある場合はその設置場所）、公共交通機関や駐車場からのアクセスルート、障害のタイプに応じて選択可能なサービスが示されており、文字以外に音声や手話動画によっても情報が得られる。またウェブサイトからダウンロードできるスマートフォンアプリや、大きな文字や点字を用いたリーフレットを用意する館も多い。

参考：文化庁「ダイバーシティと文化政策に関するレポート」（平成31年）
https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/pdf/r1393024_06.pdf

コラム

利用状況と運用の両面に配慮した設計をする



システムやアプリには、それらを使う人＝ユーザーと、
それらをつくって提供し、運用する人＝提供者がいます。
システムやアプリをつくるとき、
提供者の観点から「あんなことができたらいい」「これもあったら便利だろう」と、
ついいろいろな機能やコンテンツを盛り込みがちです。

そこには理想がたくさん詰めこまれているので、
すべてがきちんと機能すれば素晴らしいシステム・アプリになるかもしれません。

しかし現実は、ユーザーにとっては機能が多すぎて使いこなせなかったり、
見過ごされてしまったりすることも多いです。
いざ運用がはじまると、想定外のケースが発生して、
人的サポートが必要になる場面も出てきます。

提供者にとっても、たくさんの機能を使いこなすためのマニュアルを用意しても、
いざ取り組むと難しかったり、運用の引き継ぎがうまくいかなかったりするケースも。

システムやアプリをつくるときは、ユーザーの利用シーンを想定し、
提供者側の運用体制や実働もイメージしながら、
両者に相応の配慮をした設計をすることが1番の理想なのかもしれません。

「みんな」に役立つソリューション例①

みんなの文字®

「みんなの文字」は、視力や見る環境、印刷などの提示環境が「劣化した状況でも見やすく」をテーマに、人間中心設計のプロセスと科学的基準により開発された。第三者認証であるUCDA認証を取得している唯一のフォント。

https://minmoji.ucda.jp/

みんなのピクト®

食品におけるわかりやすいアレルゲン表示を実現するために開発。カラーユニバーサルデザインや高齢の人の見え方にも配慮しており、日本で唯一UCDAが「わかりやすさ」を認証したピクトグラム。

https://ucda.jp/research/minnano_picto.html

みんなの会議

障害の有無にかかわりなく、多様なニーズのある人々が参加可能な会議を実現し、参加者みんなが積極的に意見を交わし、互いのニーズを取り入れることを可能にする。公益財団法人共用品推進機構が「みんなの会議（アクセシブルミーティング）」として推奨。

https://www.kyoyohin.org/ja/research/guideline_accessiblemeeting.php

ダイバーシティ・アテンダント検定

「ダイバーシティ・アテンダント検定」は障害のある人や外国人をはじめ、多様なニーズのあるお客様への適切な対応ができるダイバーシティ・アテンダントを育成するプログラム。配慮が必要な対象について、広汎で必要最低限の知識と対応技術を学ぶ。

https://daa.or.jp/dat

やさしい日本語

「やさしい日本語」とは、普通の日本語よりも簡単で、外国人にもわかりやすい日本語。阪神・淡路大震災をきっかけに考え出され、外国人への情報提供手段として全国的にさまざまな分野で広まっている。

色のシミュレータ

「色のシミュレータ」は、さまざまな色覚特性をもつ人の色の見え方を検証するためのアプリ。内蔵カメラから得た動画像をリアルタイムに変換し、それぞれの色覚タイプでどのように色が見えるのか、シミュレーションが可能。

UDトーク

コミュニケーションのユニバーサルデザインを支援するためのアプリ。視聴覚障害のある人の間のコミュニケーション、多言語コミュニケーション、世代間コミュニケーションの3つのコミュニケーションを実現。

https://udtalk.jp/

Uni-Voice

音声コード「Uni-Voice」は文字情報を二次元コードに変換する情報インフラシステム。無料アプリでスマホほかデジタルデバイスにて受信。印刷物のコード、ウェブ情報の集約サイトで多言語、視覚障害、高齢などで読めない、読みにくい人にも情報提供。プッシュ通知も可能。

https://www.uni-voice.co.jp/

UCDA認証

UCDA認証は、第三者が客観的に評価をして「わかりやすさ」を保証する制度。生命・財産にかかわる情報を扱う金融・保険・食品業界や官公庁での認証取得が増えている。認証の申請にはUCDの知識が必要になる。電通プロモーションエグゼには、UCDを熟知した10名以上のUCDA認定資格保持者が在籍。

https://ucda.jp/ninsho_mokuteki.html

CUD認証

色覚の多様性に対応していることを保障する証として、特定非営利活動法人カラーユニバーサルデザイン機構（略称「CUDO」）が行う第三者認証。

https://cudo.jp/?page_id=43

メガネで見る字幕ガイド/スマホで聴く音声ガイド

「聞こえない、聞こえにくい」「見えない、見えにくい」人たちの望みを理解・反映した、バリアフリー字幕や音声ガイド。現在では全国の映画館で使えるシステムとして定着してきており、すべての人が映像作品にアクセスできる環境が広がっている。

https://www.npo-masc.org/

コミュニケーション支援ボード

話し言葉でのコミュニケーションが困難な人たちや、日本語がわからない外国人とのコミュニケーションを支援するためのもの。言葉でうまく伝えあえない時に「コミュニケーション支援ボード」を差し出して、必要な項目を指さしやタップしたり、相手に指さしやタップしてもらったりしながら会話を行う。

https://www.ecomo.or.jp/barrierfree/comboard/comboard_top.html

※本ガイドは「みんなの文字」を使用しています。

「みんな」に役立つソリューション例②

VENUE LINK
電通ライブ

イベントのプロが運営する、ベニューマッチングサイト。さまざまな条件での会場検索が可能なうえ、バリアフリーや環境に配慮した会場をカテゴリー検索できるようになっている。

https://venue-link.com/

で、おわらせないプロジェクト
電通、電通プロモーションプラス、電通プロモーションエグゼ

使えなくなった身近なモノに、アイデアを加えてあたらしい価値を生む「アップサイクル」で、環境に配慮したより良い循環を生むことに挑戦するプロジェクト。

https://deowarasenai.jp/

FACTORY ANZEN STUDIO
電通クリエイティブピクチャーズ

バーチャルプロダクション対応の高精細LEDディスプレイ6面を常設する次世代スタジオ。移動が難しい方でもまるで海外にいるような、より自由な企画立案と最先端の撮影が可能。

https://www.factory-studio.jp/anzen/

ウェブアクセシビリティ コンサルティングサービス
電通デジタル

専門家によるウェブサイトのアクセシビリティ診断をはじめ、障害当事者や高齢者とのユーザビリティテストの実施及び改善提案、勉強会の実施などウェブアクセシビリティの向上を支援するためのソリューション。

https://www.dentsudigital.co.jp/services/communication/owned/web_accessibility

みんなのイベント・ガイドライン
電通、電通ライブ

イベントの企画構想、会場選定、設営から運営、演出まで、みんなが安心して楽しめる“誰一人取り残されないイベント”を実現するための総合的なガイドライン&チェックリスト。

https://www.dentsu.co.jp/sustainability/sdgs_action/pdf/event_guideline.pdf

サステナビリティに配慮したイベントガイドライン
電通ライブ

イベントにおける環境負荷の低減やDEI実現の指針となる基礎知識を整理するとともに、イベントのつくり手が初動コミュニケーションツールとして活用できるガイドライン&チェックリスト。

https://www.dentsulive.co.jp/ss/2022/12/SustainableEventGuideline.pdf

ウェブアクセシビリティ診断
電通プロモーションプラス

あらゆる人が使いやすいウェブサイトであるかどうかをアクセシビリティ基準に照らして診断をおこない、レポートを作成することで対応状況を可視化。具体的な改善案をご提示し、サイトのリニューアルまで対応するサービス。

https://www.dentsu-pmp.co.jp/service-solution/accessibility

minnect申請管理
電通総研

住民からのオンライン申請と紙のオフライン申請の両方に対応した行政の手続き申請管理システム。簿冊管理や申請情報の検索等により職員の業務負荷を軽減。

https://smart-society.dentsusoken.com/solution/minnect

ビジョン・クエスト
電通PRコンサルティング

社員が自分と会社の「そもそも」と「これから」に向き合い、探求し、未来のありたい姿を言語化する対話型ワークショップ。視覚障害者の「ブラインド・コミュニケーター」によるファシリテーションで、本来誰しもが持つ潜在的な創造性と主体性を引き出し、見えないものを可視化する。

https://prx.dentsuprc.co.jp/blog/c152

音声AR
電通ライブ、バスキュール

ユーザーの位置情報を正確に把握し、場所ごとに設定した音声解説やBGMを自動再生。従来の手入力による音声ガイダンスと違い、ハンズフリーで、作品前に移動するだけで音が切り替わるため、より展示体験に没入できる環境が生まれる。また、展示物と音とを綿密に連動させることでこれまでにない演出の可能性も広がる。

https://onsei-ar.jp/ja/

Voice Watch
電通

視覚障害者のスポーツ観戦を可能にする、リアルタイム実況生成AI。試合データをAIが音声情報に変換し、スポーツを”聴く”という新しい観戦体験を実現する。「スーパー耐久レース」や「世界水泳選手権2023福岡」の実況を生成。また子どものスポーツ大会にて、視覚障害のある父親のために、50m走など複数種目の実況を生成した。

https://voicewatch-project.com/

見やすさコンサル
dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）

科学的根拠を用いて、誰もが見やすい「みんなの文字」「みんなのピクト」「みんなのサイネージ」などのUDコンテンツをデザイン開発。UDサイン・カラーUD・点字・情報保障のコンサルティング。dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）提供。

「みんな」に役立つソリューション例③

LGBTQ＋ コンサル
dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）

LGBTQ＋理解のための基礎知識とマインドセット醸成によるインクルージョン促進を目指し、DE&Iに取り組む上で個人・企業などが必須で知っておくべき基礎知識とアクションについてのコンサルティング。dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）提供。

LGBTQ+調査2023
電通グループ

LGBTQ+をめぐる現状の把握・課題発見を目的に、2023年6月に第5回となる調査を実施。調査結果をもとにLGBTQ+当事者と非当事者の遠慮と配慮のすれ違いを解決し対話を促すためのデジタルブック『実はずっと聞いてみたかったこと』を作成し双方の意識をデータで可視化。

https://www.group.dentsu.com/jp/news/release/001046.html

アライアクションガイド
dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）

「LGBTQ+調査」や当事者・アライの意見を基に、LGBTQ+支援のための具体的なアクションをまとめたデジタルブック。2021年に初版を公開し、以降毎年、内容を更新している。

https://www.dentsu.co.jp/sustainability/ally_action_guide/

ジェンダー課題チャート
dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）

ジェンダーに関する課題を、女性と男性それぞれの視点から整理し、解決策やアイデアの発想を支援するツールを提供。女性版と男性版の2つのバージョンがあり、無償で利用可能。

https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0307-010501.html
https://www.dentsu.co.jp/news/business/2023/1213-010672.html

子どもにまつわるジェンダーバイアス意識調査
dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）

こどもたちの個性が尊重される社会に必要な視点や取り組みをひもとくことを目的に、2022年2月にこどもりびんぐ社と共同で、0歳から小学6年生のこどもをもつ保護者を対象としてこどもに対する「女の子らしさ」「男の子らしさ」に関する意識調査を実施。

https://www.group.dentsu.com/jp/news/release/000699.html

インクルーシブ・マーケティング導入コンサルティング
dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）

DEIを前提として捉えて、ビジネス変革へとつなげる次世代型マーケティング。ダイバーシティ&インクルージョンの視点をもって、企業活動のあらゆる領域で徹底した検証と提案を行う。

https://www.d-sol.jp/solution/inclusive-marketing

インクルージョンと事業成長の共創コンサルティング
dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）

障害者インクルージョンの専門家や当事者団体、ユニバーサルデザイン関連団体と協働し、障害者の意見を取り入れる「当事者共創型」で、インクルーシブな課題設定、戦略・事業の開発、コミュニケーションの実現などを推進し、企業の成長を支援するサービス。

https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0327-010706.html

Inclusive Hint！／ふだんクエスト
dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）

オフィスや事業施設のUD化を行う際に、様々な障害当事者や自社社員を巻き込む施策とし、せっかくの投資を施設改善のみで終始させず、人材育成につなぎ、またそのプロセス自体を新たなファクトとして活用することで、インナー/アウター双方へのレピュテーション向上プログラムとしてプロデュース。

https://www.d-sol.jp/solution/inclusive-hint

041 オーフォアワン
dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）

マスのマーケットではなく、使用者"ひとり"の課題、想い、ニーズを起点に、社会にそれまでなかったサービスやプロダクトを開発するプログラム。

https://www.d-sol.jp/solution/social-wennovators-041

みんなのコミュニケーションデザインガイド 2025年 第一版

制作・編集 ： dentsu Japan みんなのコミュニケーションデザインプロジェクト
（株式会社電通、株式会社電通デジタル、株式会社電通ライブ、株式会社電通プロモーションプラス、株式会社電通PRコンサルティング、
株式会社電通クリエイティブフォース、株式会社電通クリエイティブピクチャーズ、株式会社電通総研、株式会社電通プロモーションエグゼ）

協　　力 ： dentsu DEI innovations（旧 電通ダイバーシティ・ラボ）、こどもの視点ラボ、Dentsu Lab Tokyo、株式会社アーツ

監　　修 ： NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構 副理事長 伊賀 公一（いが　こういち）
株式会社インフォアクシア 代表取締役 植木 真（うえき　まこと）
株式会社UDジャパン 代表取締役会長（一般社団法人ダイバーシティ・アテンダント協会 代表理事）内山 早苗（うちやま　さなえ）
一般社団法人日本パラリンピアンズ協会 理事（株式会社電通 フェロー）大日方 邦子（おびなた　くにこ）
認定NPO法人グッド・エイジング・エールズ 代表 松中 権（まつなか　ごん）
一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会 事務局長 三村 一夫（みむら　かずお）
※ 五十音順・敬称略（2025年1月28日現在）。

発　　行 ： dentsu Japan

本ガイドに関するお問い合わせ先
株式会社電通　みんコミュデザイン事務局 野村、林、丸橋
Email: mincom@dentsu.co.jp

このマークは、色覚の個人差を問わずできるだけ多くの人に見やすい
カラーユニバーサルデザインに対応して作られた印刷物、製品等に表示できるマークです。

この制作物は、みんなの文字を使用しています。
みんなの文字は、一般社団法人UCDAが「読みやすさ」を認証した書体です。