

FMにおけるユニバーサルデザインの価値 ～ 最近のJFMA賞案件から ～

似内 志朗

ユニバーサルデザイン研究部会長

2009/2010JFMA賞受賞から

2007年から創設されたJFMA賞（日本ファシリティマネジメント大賞）は今年で第4回目を迎えたが、ここ最近の受賞案件を観ていると、まさにファシリティマネジメントにユニバーサルデザイン（バリアフリーを含む）がこれまでの理論・理屈の世界から実践の段階に入り、その効用が証明されはじめてきていることがわかる。特に今年2010年は、優秀FM賞3賞のうち1つ、奨励賞の1つ、そして功労賞がユニバーサルデザイン関連である。FMにおけるユニバーサルデザイン実践の成果が現れはじめた、「元年」と言ってもよい状況である。

そもそもユニバーサルデザインの本質は、計画（デザイン）と運用（オペレーション）段階において、多様なエンドユーザーに対してのユーザビリティ（使いやすさ）を実現することである。想定されるエンドユーザーの対象を高齢者・障害者・外国人など、あらかじめ広く考えておくのである。つまり「お客さま視点による見直し」である。どうしても計画者（つくる側）からの視点に偏りがちな「計画」「運用」を、今一度、つかう側の論理で見直すという点で、ユニバーサルデザインはマーケティングとも共通するものである。オフィスなりオフィスビルなりの「価値」をシビアに考える時代になるほど、ユニバーサルデザインは有用なコンセプトとなると思う。

昨年2009年には、医療法人社団済安堂 井上眼科病院「視機能に障害のある患者を迎えるための眼科専門病院の取組」が優秀賞を受賞した。病院経営者自らリーダーシップをとり、ユニバーサルデザインを病院施設に取り入れることで、病院の性格上、視覚が不自由なお客さま（患者）が多い病院施設をより使いやすくすることで顧客満足度を上げること成功したのである。また施設内だけでなく、駅から病院までのアクセス等さまざまな独自の工夫を行っている。以前、筆者がこの病院を見学した際に、病院の職員たちが施設にユニバーサルデザインを取り入れたことによりお客さまに喜んでいるということを誇らしげに語ってくれた。それは日々、お客さまに接している中で、ユニバーサルデザインが「結果」に結びついている確信があるからであろう。

今年2010年には、ソラーレホテルズアンド リゾーツ(株)が「オキナワマリオットリゾート&スパにおけるユニバーサルルームを活かしたFM活動の事例」で優秀賞を受賞した。外資ファンドによる低迷していたリゾートホテルの買収・再

建であるが、バリアフリー・コンサルタントである中澤信氏をユニバーサルデザイン導入のアドバイザーに指名したことにより、ホテルの改修と運営を徹底して見直し、お客さまにとってのユーザビリティとアクセシビリティを向上させることに成功した。ホテルの年平均稼働率は20-30%と低迷していたが、買収後はハード・ソフト両面のユニバーサルデザイン導入により、僅かの費用での施設改善により、高齢者・障害者を含むお客さまの利用を大幅に受け入れることで、年平均稼働率を70%へと飛躍的に向上させた。お客さま視点からユーザビリティ・アクセシビリティを改善することでお客さま満足度を上げ、その結果、キャッシュフローの大幅改善、事業価値向上を果たしたのである。

今年、奨励賞を受賞した(株)みずほ銀行による「みずほハートフルプロジェクト～金融機関におけるユニバーサルデザインの導入と検証・改善～」は、2005年からみずほ銀行が「年齢、性別、障害の有無にかかわらず、だれにでも利用しやすい銀行」を目指して「ハートフルプロジェクト」と称したバリアフリー化を行ったものである。店舗・設備・機器類などの「ハード面」、お客さま向け書類、インターネットコンテンツなどの「ソフト面」、お客さまへの接遇向上を目的とする教育の推進などの「ハート面」において、総合的なバリアフリー化を進めている。大手金融機関が400を超える店舗のバリアフリー化によるユーザビリティ、アクセシビリティ改善を行ったことは特筆すべきことである。

また、功労賞を受賞した児玉達朗氏（東京電力株式会社）による博士論文「身体障害者の雇用拡大に向けた既存オフィス改修のファシリティマネジメント」は、障害者雇用拡大に向けた既存オフィスモデルを設定し、可能な改修工事に対する費用（ファシリティコスト）とその改善効果を試算し、障害者雇用納付金、各種助成金を考慮した改修の事業性評価を行ったものである。企業が障害者を雇用する場合に、FMの観点から要する施設へのバリアフリーデザイン化、ユニバーサルデザイン導入は、事業主にとってその費用対効果は明確でなく、建設コストの増、面積効率低下という負の部分のみが強調されがちであるが、本論文の中で、「障害者雇用納付金制度を活用した既存オフィス改修の事業性評価」として、事業主が常時雇用の車いす利用者で法定雇用率の達成を実現する場合に必要な改修コストを初期投資額、これに対する助成金と費用負担が不要となる納付金を収入とした「事業」と仮定し、正味現在価値（NPV）を求

めるといふ画期的な試みを行っている。障害のあるワーカーの配置によっては「事業」としても十分成立するという結果を得ている。現状、十分とは言えない企業による施設バリアフリー化による障害者雇用拡大という課題に対して示唆を与える内容となっている。



井上眼科病院クリニック

オキナワリゾート&スパ

義務からCSRへ、CSRから経済的価値へ

これらの事例を見て気づくことがある。それは従来、遵守義務、つまり「仕方なく守らなければいけなかった」バリアフリー基準が、バリアフリー新法の円滑化誘導基準への適合あるいはユニバーサルデザインという衣を着ることにより、新しい価値を獲得しつつあるということである。その「新しい価値」とは、これまでCSR（企業社会責任）として捉えられていた。しかし、JFMA賞の事例、とりわけソラーレホテルズアンドリゾート&スパの事例などにおいて、ユニバーサルデザインはCSRによる事業価値・企業価値へ間接的に寄与する存在ではなく、経営を支援するために必要不可欠なものである。ユニバーサルデザインの本質は、計画と運営段階における「お客さま視点によるファシリティの見直し」なのである。

ソラーレホテルズアンドリゾートのアドバイザーをつとめた中澤信氏による著作「バリアフリーは儲かる」がある。この本の中で中澤氏は次のように書いている。

「私が企業やお店に対して、バリアフリーを強く薦める理由もここにあります。「すべての人にとって優しい」を実現するバリアフリーとは、増え続ける高齢者や何らかの不便さのある人を取り込み、最大マーケットを手に入れるために必要な、極めてビジネス的な考え方だということができるのです。誰もが利用しやすいように店舗やホテルを改修する。そうすれば確実にお客さまは増えていきます。困っている人を助けるためにボランティア活動をしよう。あるいは企業にはバリアフリーに取り組む社会的責任があるのだ。そんな理由でバリアフリー化を迫る必要は毛頭ありません。ビジネスチャンスが広がるからこそ、私はバリアフリー化をお薦めしているのです。」

バリアフリーをユニバーサルデザインという言葉で置き

換えても意味するところは同じである。ユニバーサルデザインは社会的義務、社会的責任であるというよりも、むしろ経済的価値、ビジネスそのものに結び付いている。すでにユニバーサルデザインは、少数の「善意」のみによって進められる時代ではないのである。



中澤信

「バリアフリーは儲かる」

ユニバーサルデザイン導入の道具立て

こうしたユニバーサルデザインの動きに鑑み、JFMA（ユニバーサルデザイン研究部会）では、一般のファシリティマネジャーや設計者がオフィスビルなどへユニバーサルデザインを導入するためのいくつかのツールをつくってきた。そのひとつが2006年につくったオフィスビルのユニバーサルデザイン総合評価手法（CASUDA）である。これはオフィスビルのユニバーサルデザイン達成度合いを評価するものである。具体的には、法令や安全性などコストなどにかかわらず達成すべきものを「遵守事項（MUST）」、「ユニバーサルデザインの観点（ロンメイス氏の提唱したUD七原則）から達成を目指す事項（BEST）」の加算を、建物の部位ごとに算出するものである。最終的にはそれらを総合化して、オフィスビルを、S/A/B/C/Dに評価する。



JFMA UD研究部会編

「ユニバーサルデザイン総合評価手法」

今後はさらに踏み込んで、オフィスビル（ビルオーナー側）とオフィス（テナント側）に分けて、それぞれに評価・格付けできるツールとして開発していきたいと考えている。可能であれば、それを客観的評価に基づく「認証」という形で、事業者、投資家、設計者、ファシリティマネジャー、エンドユーザーに活用していただきたいと思っている。JFMA賞の事例で見られるように、FM視点からのユニバーサルデザインは既に実践段階に入っているが、それをより確かなものにするためには、客観的でシンプルな「モノサシ」の存在が必要なのである。それが社会の中で広く使われることにより、結果としてユニバーサルデザインが当たり前となり、より多様なユーザーにとって、寛容で使いやすい都市とファシリティの実現が期待されるのである。