

**博報堂、専門組織「博報堂ユニバーサルデザイン」開設
～オリジナル調査パネル「ダイバーシティ・ヴィレッジ」サービスをスタート～**

博報堂は、ユニバーサルデザインについて、コンサルティング業務や制作業務等を行う専門組織「博報堂ユニバーサルデザイン」を2009年6月1日開設いたしました。

より多くの生活者の満足度を高める「ユニバーサルデザイン」は、これまで建築や商品の分野で急成長してきましたが、情報やコミュニケーションの分野においては、海外などに比べてのその対応の遅れが指摘されていました。

博報堂ユニバーサルデザインは、コミュニケーション領域におけるユニバーサルデザインを「新しいビジネス」として捉え、潜在化している多様な生活者の不便、不安、不満に注目し、それを改善・改良する。すなわち「企業のマーケティングコストを最小化する」ための制作とコンサルティング業務を行います。

業務領域は、より多くの人に配慮した商品や店舗、施設の製作、特定地域の開発に加え、印刷物、映像、インターネットなど広告コミュニケーションを中心とする制作物や、人材育成のための研修事業まで幅広く対応し、「環境」だけでなく「人」に配慮した企業ブランドの構築をクライアントに提供します。

特定ターゲットのアテンションを得る「広告」から「より多くの人に伝わる広告コミュニケーション」を展開することで広告に社会的意味をもたせ、広告の力を高めていきます。

博報堂ユニバーサルデザインは、開設に伴い、独自調査パネル「ダイバーシティ・ヴィレッジ」をスタートさせます。「ダイバーシティ・ヴィレッジ」は、見え方や、聞こえ方、移動や行動にさまざまな特性がある人、国籍や言語、環境や年齢の違いがある人など、多様な人達が集まった“100人の村”です。これは博報堂が常に大切にしている「生活者視点」を拡大させたもので、これらの村人の多様な意見は、普段見過ごしがちな課題を発見してくれる貴重な提案やアイデアの宝庫であるため、その意見をクライアントの商品やサービスに反映していきます。

ユニバーサルデザインは、日本だけではなく国際的に推進されるテーマであるため、博報堂ユニバーサルデザイン内に、世界にユニバーサルデザインを普及啓発させた米国ボストンにあるIHCD (Institute for Human Centered Design) の日本窓口の設置に加え、当該テーマで国際的に活躍する有識者をアドバイザーとして迎え、日本の官庁、企業、団体との共同研究や国際的なプロジェクトを推進していく予定です。

今後、博報堂のフィロソフィーである「生活者発想」にユニバーサルデザインのエッセンスを掛け合わせることで、これまで以上に質の高いサービスをご提供してまいります。

本件に関するお問い合わせ

博報堂 広報室 西尾・大野 Tel: 03-6441-6161

■「博報堂ユニバーサルデザイン」概要

●所長プロフィール：井上 滋樹(いのうえ しげき)

IHCDジャパン所長、国際ユニヴァーサルデザイン協議会理事、九州大学ユーザーサイエンス機構 アドバイザー、筑波技術大学非常勤講師。

1987年、博報堂入社。1997年よりユニバーサルデザイン、ユニバーサルサービスの考え方に基づいたブランディング、デザイン、コミュニケーション開発を担当。博報堂エルダービジネス推進室ユニバーサルデザイン開発リーダー、CC局情報デザイン1部長を経て、2006年4月より米国インスティテュート フォー ヒューマン センタード デザイン (IHCD) 特別研究員、マサチューセッツ工科大学 (MIT) 客員研究員を歴任。2009年6月より現職。

著書に「ユニバーサルサービス～すべての人が響きあう社会へ」(岩波書店)、「ユニバーサルを創る～ソーシャル・インクルージョン」(岩波書店)、「イラストでわかるユニバーサルサービス接客術」(日本能率協会マネジメントセンター)ほか。

●人 員:今回開設時 4名(随時受託状況に合わせ増員)

●WEB:www.hakuhodo-ud.org(2009年6月1日開設)

●主な活動・サービス内容

①より多くの人に伝わるグラフィック、映像制作業務

読みやすい、見やすい、内容が理解しやすい、視覚的に美しいという4つの要因を満たすデザインや独自のチェックシステムを用いた制作プロセスを経て、より多くの人に伝わる印刷物やインターネットの制作業務を展開します。映像については、より多くの人に伝わるために、フォントやスピード、背景とのコントラストに配慮、キャプションを付与したCM制作などをすすめていきます。また、ユニバーサルデザインの考えに即した博報堂のオリジナルフォントも開発予定です。

②「ユニバーサルデザインミステリーショッパー」から始まる、サービス・空間開発

「ダイバーシティ・ヴィレッジ」の村人が関係者であることを知らせずに得意先の施設やショールームを訪れ、独自の4つの視点でチェック。この視点を分析し、課題を抽出し、改善策をご提案いたします。提案領域は人にやさしいサービスや、誰もがわかる情報のデザインから、店舗・施設設計、地域、空間開発まで。サービス=ソフトの部分と、空間=ハードの部分の融合させた総合的なソリューションをご提案いたします。

公共的な施設はもちろん、民間の店舗、レジャー施設、病院など、多様な顧客視点での、サービス・空間開発をすすめます。

③ユニバーサルデザイン、接客サービスなどの研修事業

多様な人の存在やそのニーズ学び、多様な生活者に求められる商品やサービスを共に考えていくための研修事業を実施します。具体的には、障害者や高齢者を含め多様な人への接客やコミュニケーション方法を学ぶ研修「ユニバーサルサービス接客研修」ならびに、「ダイバーシティ・ヴィレッジ」の村人と共に、より多くの人々のニーズに気づき、企業の商品やサービスの改善・制作を創造するワークショップ「ルーム・オブ・ダイバーシティ」を得意先のご要望にあわせて実施します。

以 上