

平成 26 年度第 6 回企業向け人権啓発講座

日 時：平成 26 年 10 月 24 日（金）13：30～15：30

場 所：京都市呉竹文化センター ホール

内 容：

講演（１）「京都のユニバーサルデザインが日本を元気にする」

関根 千佳（同志社大学政策学部 大学院総合政策研究科 教授）

講演（２）「同和問題とえせ同和行為の現状と対策」

奥村 伸吾（京都地方法務局人権擁護課長）

講演（１）

○関根 皆さんこんにちは。御紹介いただきました同志社大学政策学部の関根です。私は 2 年半前まで企業の人間だったので、皆さんの立場に近いのではないかなと思います。私は、九州大学の法学部を卒業し、法律を勉強していたのですが、会社に入社しようとあちこちに願書を送りました。まだ、エントリーシートがなかった時代です。いわゆる雇用機会均等法が制定される、はるか昔です。最初から、女は要らないとあっさり言われてしまうこともたくさんありました。そのときに、3 年で辞めてねと念書を書かせるような会社が多い中で、お願いだから 5 年いてもらえますかと言ってくれたのが日本 IBM だけだったのです。それで、IBM に入社し、システムエンジニアを 18 年ほどやりました。途中でアメリカに行ったのですが、日本と海外では、人に対する考え方や対応の仕方が全然違うと思ったのが、障害のある人や高齢者に対する人々の態度でした。それを見て、このまま日本で年を取るのはちょっとつらいかもしれないと思い、社長に直訴して、自分で障害者・高齢者向け ICT 支援センターを 93 年に作ったのです。6 年間、そこでやりたい放題やって、その後、自分 1 人で立ち上げたのが、株式会社ユーディット（情報のユニバーサルデザイン研究所）という会社です。

それまでの IBM のような、大きい会社の中で守られていた形ではなく、明日食べるものが手に入るかどうか分からないような状態で、完全に自分 1 人で会社を作ったのが 98 年です。それから 13 年ほど社長をやってきました。山あり谷あり、波あり、涙あり、笑いありの 13 年でしたが、本当に色々な経験をさせてもらったと思っています。その後、2 年半前から、縁があって京都の同志社大学に来ています。ここで、今日、皆さんとお目に掛かれたのも、何らかの縁があるからだと思います。

今日、私は皆さんに人権の話をするのですが、それはちょっとこれまでのパターンとは雰囲気は違っているかもしれません。今日のこの『京都のユニバーサルデザインが日本を元気にする』という話。それは皆さんの会社を元気にするものです。そういうつもりで聞いていただけると嬉しいです。

ここにイラストがあります。お年寄りが切符の買い方が分からず、おろおろしており、後ろの人は急いでいるので怒っている。そういう状況が描かれています。私も関東から関

西に参りまして、最初、駅で切符の買い方がよく分からなくて、結構おろおろしたんですよ。えっ、放出（はなてん）ってどこ？十三（じゅうそう）ってどんな漢字を書くの？とか、関西って分からない地名がいっぱいあって、難しいですよ。

で、ああいう風に新幹線の機械の前でおろおろしていらっしゃる高齢の方を見掛けること、皆さんありませんか？このイラストにある3人目の後ろにいる女の子は、私が書いた『ユニバーサルデザインのちから』という本の主人公の柚衣ちゃんって女の子です。新入社員で、初めて東京から関西に出張しようとして、そこでこの御高齢の方が、「予約していたはずの切符が出ない。」とおろおろしていらっしゃる所を見て、「どうしよう。私もこの券売機、よく分からないんだけど・・・」という風に思って声が掛けられないというシーン、そういう所です。

じゃあ、次に考えてください。この中で悪いのは一体誰でしょう？誰が悪いと思いますか？分かる人、いますか。おろおろされている高齢者の方かな。それとも、後ろで何となくいらちな大阪人のように「おい、じいさん、何もたもたやってんだよ！」と言っている人かな。それとも、後ろで「どうしよう！」と思っている柚衣ちゃんかな。違いますよね。この3人は誰も悪くないですよ。

私は、ものづくりの現場にずっといました。ですから、こういうシーンを見ると胸が痛みます。「ごめんね。あなたに使いにくいものを作ってしまった私たちが悪いの。あの券売機を御高齢の方に使えるようにデザインしなかった私たちが悪いの。」。そう思っちゃうんです。そこで胸が痛むのです。

皆さんも、自分の作っていらっしゃる商品やパンフレットや取扱説明書やマニュアルやウェブサイトなどなど、色々なものが、もしかしたらあんな状態にお客様の誰かを不幸にしているということ、経験ないですか。全く知らないうちに皆さんも、もしかしたら加害者になっているかもしれない。人権侵害をしているかもしれない。それが今回のメッセージです。もちろん、あの券売機を作った人たちは、一生懸命、人に使いやすいものを作ろうと思っていたに違いありません。でも、現実はあるような場面に何度も出くわすわけですね。

京都の場合、外国人の方もたくさん来てらっしゃいます。そこでどうしていいか分からずおろおろしてらっしゃるケースがたくさんあります。例えば、ATMでお金を出すときとか切符を買うときとか、もうちょっと簡単にならないのでしょうか。私たちが外国に行ったときだったら、こんなに悩まないよねと思うことはないですか。私たちが進めているユニバーサルデザインとは、そういうことなのです。

一体、社会の様々な製品や技術を使うのは誰なのでしょう。ここにいらっしゃる皆さんのように、元気で若くて賢くて、こちらのお姉さんのように美しくて元気いっぱいという人ばかりではないかもしれません。そういうときに、皆さんの製品は誰かを悲しませていませんか。誰かを幸せにするかどうかというのは、分かりません。そこまで言うのはおこがましいかもしれない。でも、少なくとも皆さんのやってらっしゃることが、誰かを

悲しませないで欲しい。私は、それがユニバーサルデザインだと思っています。

私の同志社大学の大学院には、ソーシャル・イノベーションコースという研究グループがあります。世の中をどのように変えていったら、みんな幸せになれるのか、そういうことを考えているのです。S I とは、社会 (Shakai) にいい(I)ことというものの頭文字だと私自身は思っています。自分で作っている会社の製品とかパンフレットやウェブサイトが、誰かを悲しませているとしたら、皆さん寝覚めが悪くないですか。それって嫌ですよ。そこをちゃんと分かってくださいというのが今回のメッセージなのです。

皆さんにちょっと聞いてみましょう。ユニバーサルデザインという言葉聞いたことある人、手を挙げてください。ああ、すばらしい。今日はたくさんいらっしゃいますね。うれしいね、うれしいな。そうなんです。この言葉もようやく一般的になってきましたよね。皆さん、ありがとうございます。

ユニバーサルデザインの定義も人によって色々あるのですが、私は、「年齢・性別・能力・体格などにかかわらず、より多くの人ができるだけ使えるように最初から考慮して、まち・もの・情報、サービスなどを作るという考え方と、それを作り出すプロセス」だと思っています。プロセス、つまり過程のことです。一緒に作っていく過程が大事なのですね。

例えば、阪神大震災のときに、阪急伊丹駅がぺっちゃんこに潰れ、建て替えることになりました。震災前は、手すりぐらい付けようかなという簡単なバリアフリーしか考えていませんでしたが、どうせ最初から作り直すのなら、「よし、じゃあ全員で町の人にとって一番使いやすいものを作ろうよ。」と言って、ベビーカーユーザーや外国からのお客様や障害のある人たちと一緒に、すごく使いやすい駅を作りました。これを作っていくプロセスは、私は完全にユニバーサルデザインだったと思うんですね。そういうのが大事なんです。だから、UDは、プロセスが大事と言われるのです。皆さんの会社の商品やウェブサイトやカタログなど様々なもの、それを色々な人の目線を入れながらちゃんと使いやすいものにしていく、そのプロセスだと思ってください。

行政としても、その自治体の基本政策、基本理念としてユニバーサルデザインを挙げている所がとても増えています。京都の山田知事は、ユニバーサルデザインの推進に大変熱心ですね。兵庫の井戸知事もです。また佐賀の古川知事は、「ユニバーサルデザインはもう配慮ではない、社会の前提である。」という名言を数年前の全国UD会議で出されて、皆とても感動しました。色々な県で首長がユニバーサルデザインを県政の基本として進めている所もたくさんあります。佐賀や岩手の場合は、知事が直轄の本部長なんですね。全局長が出てくるUD推進本部会というのがあって、そこに私たち外部委員が呼ばれるという手法で、UDを進めていらっしゃいます。

企業側も、完全にUDをマーケティング戦略として進めている所が多いです。例えば、サントリーの場合、大山崎の工場の見学コースを完璧にユニバーサルデザインの視点で作り直されました。多様な人にとっての動きやすさを重視したのです。ペットボトルの開けやすさとか、そういったものも含めて、サントリーはユニバーサルデザインの推進企業と

してとても頑張っていると思います。

オムロンもそうですね。オムロンヘルスケアになる前の最初の時点から、ユーザーのことを考えて商品を作るにはどうすればいいかということを変に熱心にやってくらしていました。元々高齢の方が使われる血圧計や赤ちゃんが使う体温計など、製品は多様な人が使う様々なものがあるわけですから、ユニバーサルデザインがとて必要な業界だと思います。

パナソニックはPDCAサイクル。御存じのとおり、ものづくりのサイクルですね。「Plan Do Check Action」。これをやっていく中で、PとCの段階では必ずユーザーのチェックを入れるという、そういったルールを決めてくられています。これは、三菱電機も同じです。TOTO、トヨタ、コクヨ、三菱、本当に色々な企業がデザインセンターの中にユニバーサルデザインの専門家を置いて、様々な取組をくられています。TOTOは、この建物と同じぐらいの巨大なユニバーサルデザイン研究センターを茅ヶ崎にお持ちですね。そういう形で、様々な企業が社会貢献としてではなく、大きなマーケットとしてユニバーサルデザインをくえているのです。

ユニバーサルデザインという概念は、バリアフリーとよく似ていると言われます。何が違うのと聞かれるのですが、ユーザーの側からすると結構近いです。日本が非常にバリアフルな国なので、バリアをフリーにするデザイン、後からバリアを外していくというデザインも大事ですね。だから、段差がある所にスロープを付けるというのは、今、京都のお寺でもやってくられています、これ自身もすごく大事です。でも、企業の皆さんが商品を開発するときは、バリアを後から外すのではなく、初めからユニバーサルデザインで進めて欲しい。行政の方が政策を決めるときは、初めからユニバーサルデザインでくって欲しいのです。なぜなら、そっちの方がデザインも美しいし、コストも掛からないからです。初めから多様な人に使える方がマーケットも大きくなるんですね。

よくバリアフリーと言うと、「ああ、それ高齢者・障害者のものだよな。」と言われるのですが、それだけじゃないんです。ユニバーサルデザインの方がずっと幅が広い。女性、子供、外国の人、そして皆さん御自身がユニバーサルデザインの対象です。あなた方が自分でお財布を開けて、「あ、これかわいい、格好いい。」とか「これクールじゃん。」とくって買っただけのもでなかったら、私はそれをユニバーサルデザインと認めません。皆さんが自分でくって、すてき！とくってもらえなかったら駄目なんです。若い人たちがきっちりくえて、かつ高齢者や障害のある人が使える。それがユニバーサルデザインなんです。日本の主な企業は、このことを理解しています。ですから、ユニバーサルデザインの製品しか作らない。

来月の初めに、福島と東京で国際ユニバーサルデザイン会議という非常に大きな会議があり、先ほどお話しした日本の大手の企業、トヨタ、TOTOなどほとんどの企業が参加します。日本中の大企業がほぼ加入していると思ってもいいような、大きな協議会が運営する会議です。これは、皇室の方も役員に就いておられます。現在は御子女の瑤子女王様で

すが、「ひげの殿下」の愛称で国民に親しまれていた寛仁親王様が、亡くなられるまで長く総裁をされていました。

行政や企業にとってバリアフリーとユニバーサルデザインがどう違うか。それは、色々な人が便利だということです。例えば、行政の観点から見ると、これは町の活性化につながります。あれほど飛騨高山が世界中からお客様が来て、ベビーカーユーザーも車椅子ユーザーも楽しそうに旅行して、たった人口十数万の町なのに、なぜ年間 400 万人もお客様が来るのか。それは、ユニバーサルデザインを意識した町づくりをしているからなのです。多様な人が使える。本当に小さな子供から 100 歳の人まで使えるというレゴブロックのキャッチコピーみたいですが。そうすると企業のブランド力がアップします。そして当然ながら利益率が上がるんですね。私は、おとといですが、福岡市で市が主催したユニバーサルデザインビジネスセミナーをやってきました。ユニバーサルデザインはなぜもうかるかという話を中小企業の皆さん 150 人ぐらいに対して行ったのですが、その一番の大きな理由は、UDが、日本と世界の高齢化に対応する最大の戦略だからです。

スクリーンを見てください。一番手前、グラフの左端は 1950 年の世界の状態で、一番右端が 2050 年の世界の状態です。100 年間に何が変わったか。青い線が世界中の子供の数の割合です。1950 年には、ほぼ 15% ありました。それが 100 年で 5% にまで激減していきます。代わりに赤い線がどんどん伸びていますが、これは世界中の 65 歳以上が占める割合です。最初は 5% ぐらいだったものが、2050 年には 17% 以上になると予想されています。

私が最初に国連でこのチャートをもらったとき、「ああこれ、日本の絵ですよ。よく御存じですね。」、このように言いました。「関根さん、何をばかなこと言ってるんですか。これは世界です。世界。」と言われて、「えっ、世界？ だってアジアとかアフリカでは子供が生まれてるじゃん。どうしてこんなになるの？」と驚きました。すると、「いやいや、そういう国だって、これからものすごい勢いで高齢化が進むんですよ。」と解説されたのです。「えっ、何これ。世界でここまで高齢化が進むんだ・・・」と分かって焦りました。それ以来、ずっとこのグラフを使わせてもらっているのですが、この 100 年間に劇的に人口動態が変わります。この日本の線がクロスするのが、実は今年、2015 年なんです。すごいですね。世界中で、こうやって子供の数よりも高齢者の数の方が増えていくという、人類の歴史始まって以来の状態に直面しているわけです。そして、高齢化としては、ジャパン・アズ・ナンバーワン、世界でトップを走っているのが日本なんです。これから約 30 年間、日本はトップを独走します。2005 年にイタリアを抜いて世界一になってから、これからずっと日本が世界一。

なぜ私がこんなうれしそうに言っているかというと、この世界一の高齢国家になったというノウハウこそが、日本の産業界を救うからです。例えば、お隣の中国には介護保険という制度はありません。ですから日本に、どうすればこの制度が入るのかを必死になって教えてくださいと言っています。厚生労働省の方では、そのパターンを何とか各国でも出来ないかということを研究しています。これからは日本の産業構造とか社会基盤、そして

意識についても、劇的に変わっていく高齢社会に向けて、変えていかなくてはなりません。私たちはマーケティングターゲットをどこに置くかということを考えなくてははいけない。そういう時代に来てるんです。それを是非、分かっていたきたいと思います。

東京大学の前の総長だった小宮山さんは、この日本の状況を「課題解決先進国」であると定義して、世界に貢献できる日本にするために頑張っていっていました。「高齢化を課題だと思わず、解決すべき取組である。これを解決したノウハウは世界で売っていける。」ということをよくおっしゃっていました。私は、ユニバーサルデザインがその解の一つだと思っています。

お隣の中国。中国は高齢者を 60 歳以上としているのですが、今年 60 歳以上の方が 2 億人を超えました。我々の人口の倍近い高齢者市場が、既に隣の国にはあるのかと思うと、TOTO が工場を中国に作るのは、大変正しい選択だと言えます。

もう一つ質問します。さっきユニバーサルデザインを知っていますかと手を挙げてもらいましたね。じゃあ、もう一つ聞きますが、「ジェロントロジー」という言葉を聞いたことがある人、手を挙げてください。

あれっ、今回はさすがに少ないのかな。そうですね。この言葉、まだ知られてないんですよ。特に関西では、非常に少ないと思います。

実はジェロントロジーのジェロントというのはギリシャ語で、高齢者という意味です。オロジーというのが学問という意味なので、高齢者の学問ということなんですね。

私も、同志社大学の政策学部で 2 年前から政策トピックスというクラスの中に『華麗学（！）への招待』という題名を付けて講義を始めていますが、恐らく関西でジェロントロジーという名前でクラスをやっている大学はないと思いますね。阪大の先生も、みんな老年医学の分野なのでちょっと内容が違います。

このジェロントロジーというのは、実は欧米では 100 年以上前に成立した、非常に一般的な学問です。学生たちが、常識として知っておかなくてはならない一般教養科目の中に入っています。「女性学」などと同じ感じです。にもかかわらず、日本ではほとんど知られてないのは不思議ですよ。実際、中身は何かというと、非常に幅が広いのです。高齢者が年を取ったら身体的・精神的にどう変わるのか。認知症とはどういうことかというような老年医学の分野に始まって、家族関係はどうなるんだろう。高齢者の中でも「おひとりさま」が増えているというが、これはどういうことか、などの社会政策的な部分もあります。社会学的な所もある。法律的には、例えば、成年後見はどうすればいいのとかいう部分もあります。色々な領域を含む分野横断的な学問なんですね。これを日本で教えないのは、すごく不思議なことだと外国からは言われます。

MIT（マサチューセッツ工科大学）には、メディアラボよりもっと有名なエイジラボというのがあるのですが、そこの先生たちが日本に来て、しみじみ不思議そうな顔をするんです。「ねえねえ、どうして日本でジェロントロジーを教えてないの。だって日本って高齢化がジャパン・アズ・ナンバーワンで、これから何十年も世界一を独走するわけでしょ

う。大学でこういうことを知らないで卒業してきた学生たちは、どうやって企業で高齢社会に対応したものづくりとか、行政でそういう政策決定ができるの？」と聞いてくるわけですね。確かにそのとおりだなと思います。

東大の元総長の小宮山さんが、これではまずいと言って、ジェロントロジーの最先端を走っているミシガン大学から秋山弘子先生をお招きになりました。御主人も子供もアメリカに残したまま、単身赴任でお越しいただいたのです。そうして、東大の中で高齢社会総合研究機構「Institute of Gerontology」を作られました。

私も、この機構の設立時から関わっていますが、色々な企業が学びのために参集しています。ジェロントロジー・コンソーシアムという組織に色々な会社が入ってきて、そこで高齢社会に対するどういう政策が必要か、どういう商品を作ればいいのかということを研究しています。その中で色々なことが分かってくるんですね。高齢者は、日本ではとても誤解されています。実は高齢者の8割は、実は85歳くらいまで元気でばりばり活躍できるとか、色々なことが見えてきます。

このジェロントロジーを学んだ人を対象に、一昨年から駒場で、高齢社会検定も始まりました。リコーのある部長がこの案内を見て「えっ。関根さん、これ受けなかったら、僕、高齢者になっちゃいけないの?!」とびびっていました。「いえいえ、そんなことはありません。受けなくてももちろん高齢者にはなれますけど、京都検定と同じで、知っているともっとハッピーな高齢者になれますよ。」と話をしたら、納得してらっしゃいました。日本の、高齢社会における課題解決の経験が、世界に誇れるノウハウになっていくのだと思います。

ですから皆さんも、これからジェロントロジーという言葉覚えてくださいね。

今、これで学位が取れるのは、東大と桜美林大だけです。今年から東大のジェロントロジー大学院が出来ました。何とか関西の大学でも取れるようにならないかなと思っているのですが、少し時間が掛かるかもしれませんね。私は今、同志社大学のほかに東京大学のそのジェロントロジー大学院と、京都大学では医学部で特別講義をしています。そして、阪大と神戸大学では、医学部でそれぞれ特別講義を行っていますが、もう少しこのジェロントロジーを学生さんに基礎学問として勉強して欲しいなと思うことが、本当にたくさんあります。

ユニバーサルデザインに戻りますね。

これは、京都府のユニバーサルデザイン推進指針のポスターです。どんなシーンだか分かりますか。そうです。お猿さんが気持ち良さそうに温泉に入っている写真ですね。ユニバーサル君という名前の着ぐるみまで作って、京都府の職員さんが一生懸命、府庁内でユニバーサルデザインの研修会をしています。『みんなでつくろう、笑顔あふれるあったか京都』というキャッチコピーも作りました。私、はんなり京都にしようよと言ったのですが、作ったのが2月だったので、あったか京都の方がいいということで決まりました。しかし、このキャッチを7月頃に聞いたり、着ぐるみを着たりすると暑い!と府庁の方がおっしゃいます。また、お猿さんが温泉に入ってるのを見て、長野県の人に「関根さん、京都の温

泉に猿は入らないでしょう。どうして僕たちが使おうと思っていたシーンを先に使っちゃうんですか。」と怒られちゃいました。色々な自治体で、色々なユニバーサルデザイン委員をやっていると、そういうことが時々あります。でも、京都は実際にユニバーサルデザインが大変進んでいる方なんですよ。

京都には、実は美しいユニバーサルデザインがたくさんあります。私は、御所や桂離宮の中に、あのショッキングイエローの点字ブロックを敷き詰めたいとは思いません。実は、点字ブロック敷設率というのは日本が世界で一番なんです。これ自身は良いことだと思うのですが、「あの黄色はちょっとね。」と思うことも時々あるわけです。私は全国でこれを紹介しているのですが、京都の駅の中に世界で一番美しい点字ブロックがあるんですよ。これ、知っていましたか。柔らかい黄色とかわいいピンクで、それが交互になっている。最初に見つけたとき、うれしかったですね。「ああ、何てかわいいんだろう。」と思いました。こういうデザインセンスが京都にはあるんだと思います。

ほかにも京都の中には、私が暮らしてみて気が付いたことがいっぱいあります。全盲の友達がよく「京都に遊びに来るのは好きだよ。」と言います。なぜかと聞くと、「歩きやすいじゃん。」「どこが?」「だって、東カ南ピだろう。」「東カ南ピ、何それ?」。東カ南ピ、分かる人いますか。これは東西がカッコウで、南北がピヨピヨ。音声信号がこのような音なんです。京都は碁盤の目になっているから、どっち側の信号機が鳴っているかということがすぐに分かる。それによって、実は視覚障害者にとって非常に旅行のしやすい町だったということなんです。本当に人権意識にあふれている町と言えるわけですね。

市バスの車内案内とかもUDです。京都の駅前でバスを待っていると「間もなく二条城行きが来ます。」とかいう大きい案内が表示されますよね。あれ、コントラストがはっきりしていて弱視の人には大変見やすいんです。多言語対応です。日本の中で最高にUDな案内表示だと思います。こういうのをやってくださるのは偉いと思います。これは、市バスですから、京都市さんの努力ですよ。

それから、町の中に4箇国語の案内板がごく普通に出ています。先ほどの高山市は7箇国語が標準だと聞いて、ちょっと負けたと思いましたけどね。それくらい様々なお客様に色々なサポートをしているのがありますよね。

この前「美濃吉」さんだったか、京都の料亭でマレーシアなどイスラム系のお客様が増えているということでハラールフード、イスラム食の研究会をやってらっしゃるのを見て「ああ、これもいいことだな。」と思いました。ハラールフードとは、ある一定の方法で調理をした食品ですが、実はこの同志社大学の学食の中でも、ちゃんとハラールフードはハラールと書いて出しています。日本には、色々な宗教や背景の方たちが、観光客としてだけでなく、学んだり就職したりされているのですから、その人たちがどこでも楽しんで御飯が食べられるような環境を、京都から発信していくというのは重要なことだと思います。

そのほかにも、これは京都大学の石田先生たちの言語コーパスという研究から発展した

ものですが、多文化共生センターきょうとで作られている医療受付の対話支援システム、エムキューブというのがあります。海外からのお客様など日本語が母国語でない方が病気になったとき、医療通訳ボランティアという制度があるのですが、実はこのボランティア、3日前の予約なんです。えっ、そんなの！って感じがしませんか。今日おなか痛いのに、今、熱が出ているのに、今日子供がインフルエンザかも、というときに3日も待てないですね。ではどうするか？ITで何とかしましょうということで作ったものです。おなか痛いのか？いつから、どこが、どんな風に、しくしくとかいう風に、自分の国の言葉で入れていくと、その後、自分の国の言葉と日本語で「こういう状況だと思われるので、これを持って病院に行ってください。」と出てくるんですね。昔は京都府立医大の所にスタンドアローンの端末があったんですが、今では何とバージョンアップしてスマホでもできるようになっちゃったそうです。こういう所が京都は進んでいるなと思うんですね。これもユニバーサルデザインです。

ほかにも京都はパーキングパーミットもすごく進んでいます。京都府の山田知事が全国知事会で、「何とか全国で進めましょう。」と言ってくれています。関西では今、和歌山以外は全部がオーケーになりました。四国も4県全部が推進しています。知事が全員で手をつないでいる写真がネットに出ています。

身障者用駐車場に、関係のない人、元気な人が止めても日本だと法律上の罰則はありません。でもこれって、ほかの国だと何十年も前から、重大な人権侵害として処罰されること、知っていましたか。例えば、ハワイだと、ここに関係ない人が止めると、4万、5万とかの罰金を取られます。それは、通常の10倍ぐらい高い額です。それは深刻な人権侵害だからです。でも日本には、取り締まる法律さえ一つ也没有。だから、元気な若い人が「空いてるもん。」と言って、そこに止めちゃっても誰も怒らない。車椅子の人は、乗り降りをするときに大きくドアを広げなければ降りることができません。だから、そこが空くのはずっと待つてなくてはいけない。でも、この状態に対し日本では法律すらないのです。

どうしよう、これは国際社会では余りにも恥ずかしいということで、佐賀県のユニバーサルデザインのチームから出てきて、今では日本で30都道府県まで進んできたのが「パーキングパーミット」という制度です。京都では思いやり駐車場、兵庫県では、まごころ駐車場という風に名前も違うようですね。ニーズによって緑とオレンジの2つのパーミットという板があります。ずっと利用する車椅子の方とか、御高齢の方は緑色のカードを行政から受け取ることができます。例えば、妊産婦、12箇月までの赤ちゃんを連れている人、けがをしている人、そういう人たちは、オレンジ色のカードを申請できます。この制度を知っていた人、手を挙げてください。

あつ、何人かいらっしゃいますね。ありがとうございます。

今、私の同志社の学生たちが、京都の企業を回って、「駐車場で、この制度を導入していますか。」ということを確認に行っています。ドラッグストアやスーパーなどがこれを導入

しようとして頑張ってください。是非、皆さんの会社でも進めていってください。
このパーミットの不正使用、カナダでは14万円ぐらいの罰金になるのです。

今度、2020年に五輪・パラリンピックが開催されますね。外国からのお客様が、関係ない人がそこに車を止めているのを見て、ものすごく驚くんです。「おやおや、日本ってジェントルマンの国だと思っていたのに、こんなに野蛮だったんだ。」そう言われると、「すみません。日本は、これを取り締まる法律さえ全然ないんです。」と返答しながら、つつい小さくなってしまいます。

私の同志社大学の政策学部の学生たちが、何とかこの制度を京都府内でももう少し一般の方に知ってもらうことができないかと、PRの小冊子を作ったり、この前は京都府キャラの「まゆまる」が出演する動画を作ってYouTubeに載せたりしています。冊子は学生たちが自分で物語を書き、絵を描き、編集も全部自分でやって、印刷費用だけ京都府庁に出していただきました。学生や市民自身が動くという形で、何とか京都の中でもっとユニバーサルデザインを推進できないかなと思っています。

これは小冊子の中のシーンです。臨月に入ったお母さんが、ふうふう言いながら駐車しようとしています。そこで、車椅子の方が使ってらっしゃる間隔の広い駐車スペースとパーミットの案内を見掛けて、どういう制度なんですかと車椅子の方にお尋ねして、こういう制度なんですよと教えてもらうのです。「えっ、じゃあ私も申請に行きますね。」と喜ぶシーンです。私たちは普段、障害のある方や高齢者やそういう人たちをつい弱い弱者扱いしてしまう。でも、それって皆さんも重大な人権侵害をしているのかもしれない。彼らの方が、障害については先輩です。高齢者は高齢について先輩です。その人たちから学ぶという姿勢を持たない限り、私たちはこの高齢社会を乗り切る知恵を授かることはできないと思います。

ほかにもユニバーサルデザインには皆さんの身近なものがいっぱいあります。例えば、乗り物とか公共交通、分かりやすいですね。ヤマハが、電動アシスト自転車PASを作ったとき、最初は御高齢の方の「坂道は上りにくい。」というニーズを確認して作りました。高齢者の脚力・握力・肺活量、そういった人間工学的なデータを全部入れて自転車を作ったんです。そして、ヤマハが偉かったのは、「はい、シニア向けの車が出来ました。」といったコマーシャルをしなかったことです。電通や博報堂が「あれ、格好良かったよね。」というコマーシャルを打ったんですね。それはどんなものだったか。かわいい女子高校生が「あの自転車かっこいいから買って。」とお母さんにねだっている。その後ろをすてきな若い女性が、その自転車に乗ってスーッと坂道を上って行ってしまふ。高校生とお母さんが「ああ、買われちゃった。」と言って後姿を安然として見送るという、そういうコマーシャルでした。

私、長崎県の生まれなので非常によく分かりました。私の地区では、女の子は自転車に乗ってはいけないものだったんです。京都市内では、とても信じられないと思いますが、女性が自転車に乗るなんていうのは、アメリカの開拓時代に女性が野生の馬に乗るような

イメージだったんです。レディーがそんなことをしてはいけませんと言われました。それぐらい自転車というのは男の子のものだったんです。

そこで何が起きたか。そのコマーシャルを見て、女子高校生が「ああ、あれなら私、乗れそうだな。」と言ってぱっと買った。次に、前に米袋、後ろに子供を乗せてふらふらしながら坂道を上っていたお母さんたちが「これで子供にスイカを買って帰れます。」と言って喜んで買ったんです。それで、スーッと坂道を上っていくのを見て、御高齢の方が「あれなら、わしも乗れるかもしれん。」と思って買ったんですね。買ったら乗れるんですよ。当たり前ですよ。作った人は最初から高齢者が乗れるように作ってあるんですから、乗れないわけがない。前年比売上げ6倍になったという自転車屋さんが出てきたそうです。これまでは、健康な男子高校生しかお客さんじゃなかった所に、女性という巨大なマーケットが出来るとともに、高齢者というマーケットも加わったわけです。これがユニバーサルデザインの極意なのです。

いいですか。一番ニーズが重い人のことをちゃんと考えて製品を設計する。それは、もうちょっとニーズが軽い人たちの市場を全部取っていくことができるかもしれない。高齢社会が決してネガティブで暗いものでもなく、企業にとっては希望の星かもしれないと思われるのは、その点です。

これから高齢化していく世界に対して、自分たちが作るものが様々な社会課題の解決策になるかもしれないと思うからこそ、どの企業も、喜んでユニバーサルデザインを進めるのです。重いニーズへの機能を埋め込むことで、軽いニーズの巨大な市場を席卷していく。これがユニバーサルデザインの本質なのです。

で、同じようなことは全国で起きています。富山のライトレール、駅から岩瀬浜までの北側に抜ける路線はJRが持っていて、本当にもう廃線間近、お荷物のルートでした。「もう廃線にしちゃおうか。」とJRが言ったときに、「いやいや、それは困ります。」と言って、市民が3分の1、インテックとか地場の企業が3分の1、行政が3分の1、お金を出して、ライトレールに作り替えました。バス停並みに駐車場を増やして、岩瀬浜の路線を作っちゃいました。お金を出した市民の名前が、地面に書いて埋め込んであります。そして、電車がUDになったら、ベビーカーユーザーとか高齢者がみんな乗るようになったんですよ。「これ、お買物が楽でいいわ。」「ベビーカーが乗りやすいの。」という感じでどんどん人が乗るようになりました。そのうちに高校生が、がらがら乗ってきたのです。どうしてこんなにたくさん乗るようになったのでしょうか？実は都市伝説が生まれたのです。

これ、7色あるんですね。緑とか黒とか黄色とか。で、「赤い電車に乗ると恋がかなう。」という話になって、みんなどんどん乗るようになっていったんです。何とこのライトレール、1年目で黒字化しました。ユニバーサルデザインが町の活性化に役立って、かつ企業としても社会をいい方向に進めていく、そういうソーシャルイノベーションの一例ではないかと思います。

金沢も、タウンモビリティという形で、狭い道にかわいらしい加賀友禅のラッピングバ

スを走らせています。これ、本当に美しくて、追っ掛ける人がいるくらいです。何で京都で、西陣織ラッピングの小さなバスを作って、町の中を走らせないのかなと思います。京都の場合はタクシーが安くて多いので、それでもいいのかもしれないのですが、もう少し京都らしいラッピングの乗り物があるとかわいいのと思うことがあります。すみません。これは私の個人的意見です！

一次産業。これも実は、ユニバーサルデザインでやるということがいっぱいあるのですよ。今、御高齢の方が、農業とか林業、漁業を続けるには、御苦労が多いですよ。イチゴ農家の場合だと床に座って摘むのがだんだんしんどくなってきてという所が多いんですね。お嫁さんも、おなかが大きくなると座って摘むのが難しくなります。そこで、滋賀県ではレイズドベッドが用いられました。床を上へ上げたわけですから当然ながら下に下りる方がイチゴは形が良くなり、単価も上がり、かつ、摘みやすいのです。で、観光農園としてもユニバーサルなものになった。これによって、このイチゴ農家さんは復活したんです。

今、奈良女子大の中で支援しているプロジェクトがあります。ここは、地場産業の三晃精機という会社が柿農家のおじいちゃん、おばあちゃんを支援する運搬車を作っています。柿というのは、10～11月、本当に大変なのです。1つのかごに20キロから30キロ、それを2つぐらい背負って、御高齢の方がすごい急斜面を上がるんです。そこで、これは何とかならないかと、キャタピラー型の運搬車を作りました。この前、トルコに持って行ってデモをしたら、すごく受けたそうです。そのように、日本で高齢社会の課題を解決すると、世界でも売れる商品になるんだろうと思っています。

身近な食品などにも、ユニバーサルデザインが重要です。皆さんにも、経験があるかもしれません。皆さんの御家族で、例えばお孫さんが、ポテトチップスやお菓子の袋を開けようとして、勢い余って全部ばらまいた！というようなことがないですか。台所で豆腐やこんにゃくのパックが開かなくて苦労したことないですか。いわゆる「易開封性」というのですが、開けやすさの研究は、全ての企業がもっとやった方がいいのです。京都のお土産は、新幹線の中で「さあ食べよう。」と開けようとして、ちゃんと開きますか。音楽や映像のCDは、包装が非常に開けにくいのですか。世の中には開けにくいものが山のようにあります。これを開けやすくしていこうというのだから、皆さんの会社全てが取り組めるUDなんです。

ハウス食品など飲料のメーカーも、ボトルの持ちやすさについて、研究しています。高齢者が2リットルのペットボトルを片手で持って、最後まで注げるかどうか、そういう研究を何回も何回も繰り返していました。食品メーカーは、今、このエリアをすごく熱心に研究しています。でも、地場産業こそ、本来こういう配慮をすべきなんですね。新潟は、地場産業のメンバーとUDの専門家が一緒になって、ユニバーサルデザインの研究会を持っています。そこで、例えば、お餅屋さんが、開けやすさに徹底してこだわって、開ける位置が赤と黄色の色で分かる。真ん中にちゃんとボッチも付いていて、ここを切るって分かる。更に、切り口と字でも書いてある。更に三角形を付けて、こっち側に力を入れるん

だということも分かる。すごく至れり尽くせりという感じの開け口を作られました。「お宅のお餅、おいしいんだけど開けにくいんだもん。」とお客さんに言われたのが、彼らが燃え上がったきっかけなんですね。絶対に開けやすいお餅を作ってやるという風に頑張ったわけなのです。顧客満足度の大変高い商品になっています。

自社の商品が、開けにくい、開かないというのは、皆さん、実は人権侵害をやってらっしゃるんですよ。分かりますか。だから、今回の人権研修は、本当に身近なことなんです。自分の商品が、もしかしたら誰かを悲しませているかもしれない。それって、寝覚めが悪くないですか。そういうことを、企業はやってはいけないのです。でも、それを色々な人の視点、御高齢の方の視点とか、外国人の視点とかでちゃんと分かるかどうか、一瞬、立ち止まって考えてみる。そういう訓練を続けることで、皆さんの会社が人権侵害をする機会が激減するんですね。本当に、それは全員がちょっとずつ考えるだけでいいのです。「この取扱説明書、うちのおばあちゃんには読みにくいと思うんだけど。」とか、「この開け口だと、うちの子供の手だとたぶん切れないわね。」とか、そういう家族の感覚で見直すだけで十分です。そこから始めてみてください。皆さんの会社の商品や取扱説明書は劇的に変わっていく可能性があります。

観光業界も、本当に高齢化の影響を抜きにしては全く語れなくなりました。いわゆる団体向けの旅館は軒並み潰れている気がします。今では小さい所、個人向けの所しか生き残れなくなっている。全国的にそうです。

その中で、なんと稼働率 90 パーセントを誇っているという旅館が三重県にあります。ここは伊勢志摩バリアフリーツアーセンターがコンサルをした結果です。どうしたか。例えば、御高齢の方の喜寿とか傘寿などの記念日の需要を見直しました。車椅子のおじいちゃんが御家族、お孫さんを 10 人連れていらっしゃるというニーズ、そこから掘り起こしたんです。この旅館は、実はユニバーサルルームが最上階にあります。金額も高いのに、ここから埋まっていくんですよ。ここには全盲の方も、車椅子の方もいっぱいやって来る。でも、誰もニーズがぶつかからない。車椅子マークも、点字ブロックも全くありません。にもかかわらず、全然問題ない。それは、デザインで問題を解決しているからです。

例えば、廊下です。中央部と、周りの素材を別にしてしています。真ん中だけちょっとざらざらする。視覚障害の方は耳もすばらしいが、触覚も大変優れています。ゴムのスリッパの裏、若しくは白杖でさっと触わるだけで「あっ、ここ何かあるな。」と一瞬で理解できる。点字ブロックは重要です。でも私は、家の中にあれを引きたいとは思いません。旅館の内側もそうです。だから、写真のような素材とデザイン的な工夫をしました。石の素材ですが、すごく薄いので、ベビーカーや車椅子、リウマチの患者さんが通っても、がたがた揺れないで痛くないのです。視覚障害の方も、ベビーカーユーザーも、車椅子ユーザーも、みんながハッピー。それでいて、和風できれいだねと言ってもらえるデザインになっている。これがユニバーサルデザインです。

今、私は京都の色々な料亭の皆さんに、「踏み石が分かれているのは間を埋めて、こうい

う風にしていただけませんか。」とお伝えしています。それによって、例えば、ベビーカーユーザーとか、荷物を持ってそこの料亭に入ろうとされている人たちにも使いやすくなるんですね。それでいて、雰囲気はほとんど壊さない。そういうデザインでカバーできることはいっぱいあります。

次にカウンター、何の変哲もないカウンターに見えるものですが、先ほどお話ししたように、この旅館は車椅子のおじいちゃん、おばあちゃんがお孫さんを10人連れて泊まりに来るという、そういう旅館ですから、カウンターの下は、実は車椅子ユーザーが足を入れやすいよう絶妙な角度になっています。するとそのお客様は、「ああ、これ自分たちのことをよく理解して作ってくれているよね。」と感激されます。感激すると、単なる顧客満足というレベルを超すのです。感動とか幸福感にまで進むと、その人は完全にロイヤルカスタマーになる。これによってリピート率が増えるんですね。今からのサービス産業というのは、この感動の部分を担わなくてはなりません。

普通にやっている。これだけではお客様は感動してくださらないんです。どうしたらそれを超えて感動につなげることができるのか。こういった所にヒントが隠されているんです。

建築のユニバーサルデザインに進みましょう。本当に色々な事例があります。新潟県にまつだいという場所があって、十日町のそばなのですが、カール・ベックスさんというドイツ人が「日本の家は美しい。この古民家がこのまま消されていくのは余りにももったいない。」と言って、あちこちから古民家を移築されました。それで大変きれいな建物を今、十数棟作ってらっしゃいます。私も、この現場に行ってきたのですが、古い日本建築の良さをいかしながら、水回りは完全にユニバーサルデザインになっている。きれいだなあと思えます。守るべきものと、変えるべきものがよく分かっています。伝統というのは、常に自分から変革していける強さを持っている。そして、企業もそうだと思います。老舗は、そうやって生き延びてきたはずなのです。

自分の会社が、誰かの人権を侵害するようなことがあってはならないのです。御高齢のお客様が、「私は年を取ったから、あなたの店にはもう行けないのよ。」とおっしゃったとしたら、それは皆さんが人権侵害をしていることにもつながります。そういうことはやめましょう。寝覚めが悪いです。なぜなら、年を取らない人はいないのですから。全員が10年後、20年後、30年後には同じ立場になります。そのときに、日本文化を楽しむことができなかつたり、好きな家に住むことができなかつたら悲しいじゃないですか。是非皆さんにも、UDへの理解を進めて欲しいと思います。

では、機器のUDはどうでしょうか？私自身は、ICT、いわゆる情報通信機器と言われる分野をいかにユニバーサルデザインにするかが専門でしたが、今ではやっていることが非常に広がっています。

ICTのUDとして常に紹介されるのが、例えば、ドコモのらくらくホンです。もう既に2,300万台ぐらい契約された、いわゆるスマホになる前の機種です。1代目はパナソニッ

クでしたが、2代目、3代目、4代目と代替わりしていきませんが、ずっと富士通が作っています。高齢者や視覚障害者に圧倒的に支持された機種です。強度弱視のデザイナーさんが入社してから、出来上がる製品が更にUDになりました。スマホをずっとかざすと、例えば、洋服の色が銀ねず色ですとか、そういう風に教えてくれるアプリが入ったりして、様々な形で商品がとってもユニバーサルデザインになっていったのですね。

次の例は、セブン-イレブンのATMです。これも、作っているのは実はNECデザインです。これも、盲導犬のユーザーである全盲のデザイナーさんが入社してから、劇的に良くなった事例です。このATMは、音声で完全に案内してもらえるし、弱視の方にも見やすい。で、視覚障害者や高齢者にとっての見やすさを非常に頑張って作っているの、今、高齢者の方では普通の都銀のATMを捜すより、こっちの方が楽だからと言って旅行先などでセブン-イレブンを捜す人がすごく増えたんです。高齢者に聞いてみると「銀行に行っ出てくると、お金を持っているという風に見られるのは嫌なんだよね。だけどコンビニを出てきた後は、別に銀行を出てきたという感じがしないから狙われなさそうで、気が楽なの。」「夜遅くでも人がいるし。」「そうだね。人がいないATMでお金を下ろすのは不安だね。」とおっしゃいます。

かつ外国人にとっても、これはすごく大事なのです。外国の方々は、御自分の国のカードでキャッシュを下ろせるATMって、日本では郵貯とセブンしかないんですよ。知っていましたか。一般の都銀とか地銀のATMは、外国人旅行者がお金を下ろせないんです。国交省は、これからは2020年に向けて外国人観光客を2,000万人にしようとしています。今の倍以上です。それまでに対応を整えておかないと、お金が下ろせないということが各地で起きてしまいます。元々日本には、外貨両替をしてくれる所は圧倒的に少ないのに、どうするんでしょう。このセブンのATMは、4箇国語に初めから対応しています。これから日本も、この辺から変わっていくべきだと思います。でも、この携帯も、ATMも、共に、当事者が意見を出すことによって、UDを進めた事例だということを御理解ください。

ほかにも、このICTのエリアだと電子ペーパーを使った様々な商品群が世の中を変えようとしています。これは、AmazonのKindleという、いわゆる電子書籍を読むための専用の端末なんですね。でも、もちろんインターネットに接続することもできます。こんなに小さい500グラムの中に3.3ギガもハードディスクがあって、3,500冊も本が入る。高校の教科書は大半、電子化されていますし、アリゾナ州立大学などでは学生さんのテキスト・参考書を全て、この1冊に入れて渡しています。UDだからです。

実は、お金を出してKindleを買うのは、高齢者が圧倒的に多いんです。おばあちゃんのお誕生日のお祝いに、例えば70冊の本を入れて贈るなんていうのが、今、アメリカではやっています。アメリカの高齢者は、本を読むのがとても好きなんです。好きなのですが、アメリカの家は暗い！だんだん目が弱くなってくると、「ううむ、これで細かい字を見るのはつらいわね。写真も拡大したいわ。」とか思っていたわけです。iPhoneとかiPadをお使いの方はお分かりだと思いますが、小さい所は画面をつまんで拡大すれば、すぐ大きくな

るんです。この製品はフォントを変えるとか、白黒反転するとか、そういう弱視の方への対処が最初から入っています。さらに、視覚障害者向けに、初めから非常にきれいな音声読上げ機能が入っているんです。ですから、耳で聞きながら、拡大しながら、画面を読むこともできるんです。高齢者にとっては非常に分かりやすくなる。

で、外国の高齢者は紙の本も好きなんです。9.95 ドルの電子ファイルで最初に村上春樹を読んで、やっぱりいいわねと思ったら、その場で 69.95 ドルの紙の本をネット上で買いに走るわけです。Amazon にとって、高齢者とは、機器を買ってくれて、電子書籍を買ってくれて、最後に紙の本も買ってくれる。1 粒で 3 度おいしいビジネスモデルをこれで確立しちゃったんです。これが、ユニバーサルデザインのビジネスモデルです。

そうやって、シニアが本を読める環境を作った以上に、社会的な価値も生み出しています。例えば、これは 1 週間に 1 回充電するだけでいいんです。途上国の子供たちの教科書としても使われるようになりました。学校に行って 1 週間に 1 回充電すれば、後は家でも外でもたくさん本を読むことができる。これも社会変革の一つですね。

日本のメーカーも頑張っているのですが、音声読上げを付けるとかそういう部分、ここが足りてないのです。ソニーの e-Reader も、本当に良い製品だったのですが、残念ながら音声読上げなどの UD な機能が付いていなかったため、アメリカではほとんど売れませんでした。大変もったいないと思います。

今、お話ししたようなことは、この私の『ユニバーサルデザインのちから』という本の中に詳細に書いてあるので、もしよかったら読んでみてください。この本の中で、主人公の柚衣ちゃんが自分の会社の広報担当に会いに行きます。その人は、全盲の 40 代ぐらいの女性マネージャーです。彼女は盲導犬を連れていきます。そういう人が広報担当。どうですか。皆さんの会社には、車椅子ユーザーや全盲のマネージャーが何人ぐらいいますか。

京都地方法務局のホームページも今回ちょっと見てきました。そうですね、何とか見やすいかと思います。で、これも法律では決まっていらないけど、JIS 規格というのとはちゃんとあるんです。それは ISO として国際標準でも決まっています。ユニバーサルデザインは、実は世界的に見ると、もうこんな風に作りましょうねというガイダンスが非常に明確なものなんです。実は、概念的に見ると、ユニバーサルデザインには、2 つの要素があります。1 個目がアクセシビリティ、2 個目がユーザビリティなんですね。アクセシビリティっていうのは、多様なユーザーができるだけ使えるということです。2 つ目のユーザビリティは、使いやすいかどうかなんですね。この 2 つを全ての製品や情報発信の現場で、ちゃんとやりましょうというのを皆さんにも考えていただきたいのです。

これまでは、このアクセシビリティとユーザビリティって結構遠い概念だったんですね。障害のある方への配慮がアクセシビリティで、ユーザビリティがそれ以外の人向けとわかれていた時代もあるのですが、これが高齢化に伴って変わるんです。この 2 つの概念が、次第に重なっていくんですね。ユーザビリティがアクセシビリティに近付いていきます。中高年の人たちが増えてきた結果なのです。それによって、このユニバーサルデザインが

カバーしなくてはならない範囲というのが、本当に子供から若い人も含めて日本人全員になっていくのです。そういう状況に世界が変わってきているわけですね。

先ほどお話ししたように、日本にも情報通信分野のアクセシビリティに関する J I S 規格はあります。私も実はこれを書いた側なのです。日本政府は、何とか J I S 規格は作ったのですが、法律には出来なかったのです。本当は、この J I S 規格にするだけでは駄目なのです。なぜかという、海外の各国では 10 年以上前から、法律で決まっているからです。製品や W e b サイトが、U D でないことは、他の国では重大な人権侵害だからです。ですから、ほかの国では、例えば、皆さんの会社のホームページが高齢の方・障害のある方に読めなかったら、それって重大な人権侵害なんですよ。先ほどのパーキングパーミットどころじゃないんです。日本でも「みんなの公共サイト運用モデル」というのがあって、少なくとも行政とか公的機関とかは守らなくてはならず、今年度の末までにこの等級を最低限、A A に準拠してくださいという目標があり、色々な自治体で必死になっています。で、企業の側はやらなくていいんでしょうと想着いたら、大間違いです。ほかの国だと企業でも必ず守らなくてははいけないのです。それを分かっていると、例えば、海外との取引ができなくなっちゃう。それが全く理解されてない所が日本はとても危険なのです。

アメリカの場合は、こういうことを決めた法律、リハビリテーション法 508 条が最初に出てきたのは、なんと 1986 年だったんですね。それが 1999 年に改正されて義務化され強制法規になりました。要するに、守らなかったら提訴されちゃうという風になったのが、1999 年です。それから既に 15 年たって、どうなっているでしょう。

例えば、ホワイトハウスのホームページは大変アクセシブルです。政府のウェブサイトとか、新たに購入する I C T 機器はアクセシブルでなければならない。違反した場合は提訴される。これは世界の常識なのです。しかし、残念ながら、日本では全く理解されていません。特に U D に関して、日本の常識は世界の非常識なのです。先進国と比べると、30 年以上後れている点も多々あります。

世界の動きをもう少し見てみましょう。国連では 2006 年に障害者権利条約が出されています。日本は 2007 年に署名していましたが、批准のためには全く国内の準備が出来ていませんでした。ようやく 2013 年の 1 月、140 番目の批准国になったんですね。だから、これからようやく国内法を整備する段階なので、先ほどのアメリカのリハビリテーション法 508 条のような、ああいう法律をこれから作っていくことになるんです。ということは、皆さんの企業活動にも密接に関わってくるわけですね。

先ほどの Kindle があんなにユニバーサルデザインで、高齢者が使いやすく、世界を席卷していったのに、日本企業では同じものが作れなかったのはなぜか。それは日本の政府や企業が、世界の流れやユニバーサルデザインに対して、余りにも無頓着だったからです。高齢者や障害者の権利に対して、私たちは世界の標準を知らなさすぎる。そのことが、私たちが世界で仕事をするうえでの足かせになってしまっているのかもしれない。だから、先ほどの M I T の人たちは言うわけです。「どうして日本は、ちゃんとジェロントロジーと

かユニバーサルデザインを全部勉強しないのだろう。何も知らないままでは、世界に出ていけないじゃないか。」おっしゃるとおりだという気もするんですよね。

では、製品開発のUDに関してはこれくらいにして、次の政策のUDについてお話ししましょう。各自治体は、どのようにUDを進めているのでしょうか。

各自治体はユニバーサルデザインを基本戦略として進めています。先ほど言ったように佐賀、岩手などでは、知事がユニバーサルデザイン推進本部長で、全局長が推進しているという所もあります。また、三鷹市は電子自治体世界一として表彰されましたが、三鷹市のIT部長は車椅子ユーザーでした。彼が一緒に行くので、三鷹市内の店舗は、アクセシビリティ、ユニバーサルデザインにすごく熱心なのです。京都でも、障害のある方が登用されて、どんどん活躍されるようになってくるといいなと思います。

浜松市は、市民協働でユニバーサルデザインを推進しています。NPOを束ねるNPOというのがあって、「じゃあ、今日はベビーカーユーザーさんと外国人ユーザーさんと町の中をチェックしてくださいね。」という風に、行政からその束ねるNPOさんの方にお仕事に来るんですね。「分かりました。」と言って、ベビーカーのお母さんたち四、五人が集まって、「ここの公園はこういう点が使いにくいけど、ここは良く出来ていますよ。」といったチェックレポートを作ってきて上げてくれる。それによって、町の中は本当にユニバーサルになっていきました。福岡市では広報広聴課の職員として全盲の方を雇って、先ほどのホームページをチェックするというをやっていました。自治体でのUD推進は、色々なやり方ができると思います。

皆さんの会社では、女性の部課長は何人ぐらいいらっしゃいますか。男性の育児休暇はどうでしょうか？北欧では、男性が育児休暇を取らないと上司が罰金を取られたりします。ですから、男性の育児休暇は90数パーセントで、皆必ず取るようになっています。京都府庁でも、この前、初めて育休を取ったという男性にお目に掛かりました。が、これでいいのんだろうかと思います。京都府では行政、企業の全てで、男性が必ず育休を取るという風土になって欲しいです。

テレワークについては、どうでしょうか。以前、私が13年間社長をやった会社は、全員が完全テレワークで働いていました。社員数名、登録スタッフ280名が完全在宅勤務です。だから地震があろうが、インフルエンザが起きようが、全く問題なく仕事が続けられました。いわゆるBCP（ビジネス・コンティニアス・プラン）は完璧でした。今、安倍さんがテレワーク、テレワークと色々頑張っていますが、弊社も総務省のサイトにテレワーク推進企業のモデルとして出ています。本当に、子育て中の女性だけではないのです。これから親の介護で大変になる40代、50代の男性社員にとって、テレワークができるということは希望の星なんですよ。

私は、男性社員、特に管理職の皆さんのために、これから社員全員がテレワークという日を設けることを推進しています。若しくは50歳以上は出社せず、基本は家で働いてくださいということを提案しています。それによって地域デビューがすごく楽になったりしま

す。そして女性だけがテレワークをするのではなく、仕事の仕方、意思決定の仕方が確実に変わります。皆さんも自分の会社でできることがいっぱいあります。それが人権を守ることにつながるのだということを是非理解してください。

女性管理職の割合は、京都も大分増えてはきていますが、まだ1割程度のような感じです。日本は世界の中でも女性の活躍度が132番とかで、日本より上位にアフリカ諸国がたくさんいるのですから、これからもっと頑張らなくてはと思いますよね。

障害者雇用率。これ、どうですか。私の会社は重度障害の人がたくさん働いていました。その人たちが私たちのユニバーサルデザインの先生だったのです。彼らでないと分からないことをどんどん教えてもらえる。京都は、実雇用率2.53パーセント*1。しかし、現実はいくら少なくてもいいです。実は霞が関でも、1年契約で非常勤が大半というのが、結構多いんですよ。これは倫理的にどうなのかなという気がしますよね。この部分は、残念ながら日本が世界に対してかなり恥ずかしいと思っています。だって、アメリカだったら運輸局のトップのマイケル・ウィンターさんは重度障害者でした。日本で言えば乙武君のような状況の方が、政府高官だったりするんですね。アメリカのホワイトハウスで4代の大統領に仕えたという全盲の技術者もいます。そういう人が、民主党であろうが共和党であろうが、とにかくずっと大統領の懐刀として政策提言を行って来ている。そういう人、日本にいるのでしょうか。そう思うと私は、日本は本当に大丈夫か、ここで年を取っていくってことは危険なんじゃないかと思うことがあります。

欧米では、こういった差別禁止は、もう20年以上前から法律で決まっています。日本でも障害者差別解消法というのがようやく出来ましたが、禁止法という厳しい響きはなく、かなり柔らかいトーンです。みんな年を取ったら、必ずどこか障害を持つのに、いいのかなあという気がします。

政府の話はとりあえずこれで終わるとして、後は、幾つかの京都のお寺とか旅館が盲導犬など、補助犬の受入れを断っていることについて触れておきましょう。法律で受入れが義務化されているのに、お断りしないで欲しいなとしみじみ思います。広隆寺がまず駄目。相国寺もこの間、駄目と言われました。伏見の寺田屋は、ソックスを履かせたら何とかなると言っています。二条城は、去年から駄目になっちゃったんです。3匹一緒に入ったことがあって、3匹が頑張ってる中を走っちゃったんですね、それで駄目になってしまったようです。ものすごく残念だと思います。

私は、実は古い日本の和風温泉旅館に盲導犬を受け入れてもらうというプロジェクトを全国でやっています。電動車椅子は無理でも、犬だったら大丈夫ということで受け入れてもらっています。これは、やってみると本当に、最初は「駄目」と言っていた所が、盲導犬と一緒に泊まるということをやると、ほかのお客様の満足度もぐっと上がるのです。感動してくれるんです。「そうなんだ。盲導犬ってこんなに賢いんだ。こんな風に、毛も落ちないように工夫してるのね。」ということを知ってもらって、そのときに一緒に泊まった

*1 H24.6 京都府知事部局

お客様たちのリピーター率が非常に上がるんです。感動は、こういう風に人を変えるんだなあと思いますね。

嬉野温泉。市庁職員全員がユニバーサルデザインの検定を受けていただいた所です。この検定問題は、私が作ったものなのですが、小さい町だからこそ、おもてなしを完全にユニバーサルデザインにするというのが町の中に完璧に浸透しています。子供連れ・シニア・外国からのお客様にたくさん来ていただけるようになったのです。全ての旅館がユニバーサルデザインを理解しています。例えば、見掛けはまるっきり変わらず、美しいけれど、高齢者にも食べやすいお料理をどう出すかということを中心に勉強していただきました。日本でこういう文化が全国に広まっていくべきだと思います。

京都には、色々なユニバーサルデザインがあります。頑張っていますが、まだまだこれからだなという気がします。観光も産業育成も町づくりもユニバーサルデザインを前提にすべきなのです。「ユニバーサルデザインは、配慮ではない。前提である。全ての政策や企業のモノづくりの、前提として、ユニバーサルデザインは理解されねばならない」というのが、佐賀県の古川知事の言葉です。

私は同志社に来て、新町校舎の新島襄の言葉、「人一人は大切なり」と書いてある下を毎日くぐっていくのが、非常に誇らしいと思います。そして、同志社の創立者の1人である山本覚馬。去年、『八重の桜』で出ていましたが、全盲で、かつ足が動かないという重度重複障害者だったわけです。そういう人が創立者だったことを私は誇りに思います。京都の全員が、それを誇りと思っていいと思います。何ととっても、あの人は京都府の初の議長なんですから。

これから京都市の皆さんがやっていく人権政策、幾つもあると思います。ユニバーサルデザインをまず理解してください。思いやりを持つということだけではなく、ちゃんと理解するのが大事です。これは、高齢社会における暮らしやすさの基礎です。私たちの明日の問題のためなんです。

企業の皆さんにとってUDは、福祉的な概念何かではありません。いわゆるCSR (Corporate Social Responsibility) を超えて、今、CSV というのが出ていますね。CSV (Creating Shared Value)、バリューの方に意識を向けてください。企業と顧客、社会のお互いがウインウインの関係になる、言ってみれば三方よしの近江商人の感覚です。買い手よし、売り手よし、世間よし、それがユニバーサルデザインの基本です。また、あなた自身は、UDを他人事だと思わないでください。この中で年を取らない人はいません。御家族や親族の中で、これから全くけがや病気をしない人もいません。全てがユニバーサルデザインの対象です。そう思って企業活動を進めてください。

今、お話ししたような海外や国内の先進都市などの状況を、京都の中で知る機会はなかなかないと思います。でも、自分の会社がやっていること、よそではどうなのかなということを常に意識してください。そして皆さんの企業を、世界で一番ユニバーサルデザインが進んだ会社にしてください。京都を日本のユニバーサルデザインのリーダーにしていた

だきたいと思います。

以上で私のお話は終わりです。レジュメの中に私の会社のホームページも載せていますので、もし御関心のある方はそちらの方を御覧になっていただければと思います。私は毎年、サンディエゴやロサンゼルスに、障害を持つ人たちの技術開発をしているカンファレンスに行っていますが、その際のレポートも載せています。

様々な視点で、これからの高齢社会を見ていってください。そういうことを常に皆さんにも考えていただけると、御自分の10年後、20年後、30年後もですが、どういう風に自分の会社が世界最高齢国日本に貢献できるのか、この世界全ての高齢化に貢献できるのか、そういうイメージを持っていただくことができるのではないかと思います。

御清聴いただき、ありがとうございました。

講演（2）

○奥村 改めまして自己紹介をさせていただきます。私は、京都地方法務局人権擁護課長の奥村です。よろしくお願いします。

私からは、「同和問題とえせ同和行為の現状と対策」ということでお話をさせていただきます。

まず、きれいに印刷していただいた「えせ同和行為にはみんなでNO（ノー）対応のポイント」というチラシをお配りしています。絵を見ると怖いお兄さんがこちらを向いて、「おたくわかってんの？」と言っています。窓口にこういう方が来られたら、ドキッとしますよね。私も窓口にこういう方が来られたら、ドキッとします。

もし同和行為、えせ同和行為について、こういう方が来られたときを想定していただき、お話を聞いていただければと思います。よろしくお願いします。

それでは早速、お話を進めさせていただきます。

本日は、人権を大切にすることについて、そして同和問題について、それからえせ同和行為について、この3つのお話をしたいと思います。

まず、項番1「職場内で人権を大切にすること」についてですが、私は、職場内で人権を大切にすることは、とても重要なことだと考えています。どのように重要かと言いますと、まず、職場内で人権を大切にすることは、「良好な職場環境」につながります。私も30年ぐらい仕事をしていますが、仕事の苦労は幾らでもする。結局、仕事の苦労は自分のためになる。ただし、職場内での人間関係で苦労することは、余り自分のためにはならない。不要な苦労をしてしまう。そういうことを皆さんもきっと経験されているだろうと思います。解決のためには職場内を働きやすい環境にすること、人権を尊重した働きやすい環境を作ることではないかなと思います。

それから「有能な人材の確保」。これにも人権が関わってきます。例えば、職場の人間関係が原因となって、優秀な方、能力を持った方が会社を去ってしまう。逆に今、インターネットが広く普及しておりますので、高校生、大学生の方が就職する際に、この企業

はどんな企業だろうかと検索すると、人権に配慮されてない企業だということが分かってしまいます。そのような企業には優秀な人材が入ってこない。そのような問題が生じてしまいます。

それから「作業の効率化」にもつながります。人間関係が良ければ、作業効率もぐんぐん上がるし、職員の皆さんが仕事に専念でき、持っている能力を十分発揮できる。作業の効率化につながります。

それから「企業イメージ」ですね。良いイメージはなかなか広がっていきません。逆に悪いイメージはすぐ広がってしまう。一度そのような悪いイメージが広がってしまうと、企業は大変な痛手を負ってしまうという結果になります。こういうことを防ぐためにも、人権を大切にすることは重要ではないかと思います。

続きまして項番2「人権を大切にする職場にするためには」についてです。

どのようにすれば人権を大切にする職場になるのでしょうか。

1つ目、一番大きなポイントは、私は代表者の方の意思表示ではないかと思います。「人権を大切にする職場にする。」という代表者の方の意思表示。これが私は一番大事なことでないかなと思います。そのことを従業員に周知する。しっかり知らせる。例えば、人権についての研修会を開催する。自分たちで講師をするのは、なかなか難しい所があるかと思いますが、法務局におっしゃっていただければ、講師を派遣させていただきます。京都地方法務局のホームページを見ていただきますと、出前講座と掲示板に出ていますので、その辺から探っていただけたら結構かと思います。もちろん講師の費用等、交通費等も一切掛かりません。

また、研修会のような大げさなものでなくても、例えば、社員に人権に関するDVDを見ていただく。また今、新聞を見ていただきますと、人権に関する記事がたくさん出ています。そういう記事の切り抜きを作って回覧していただくとか、その切り抜きを打合せ会のときに発表していただくとか、自分の意見を付けて発表していただくとか、そういうことでも代表者の意思が伝わるのではないかと考えております。

それから職場内に人権についての相談担当者、セクハラ、パワハラも含めて相談担当者を配置することも重要ではないかなと考えております。企業の社会的責任の中でも、人権は重要な課題の1つではないかなと思いますので、是非職場に帰られまして御検討いただきたいと思います。

続きまして、同和問題についてお話をさせていただきます。

同和問題について、昨年、この研修会の中でアンケートを採らせて頂いたところ、ほとんどの方からある程度、承知しているというお答えを頂いております。念のため、もう一度振り返らせていただきます。

同和問題について一番よく書き表されていると思うのが、昭和40年に同和対策審議会が出した答申です。この文章を読み上げさせていただきます。

「日本社会の歴史的発展の過程において形成された身分階層構造に基づく差別により」

どういう意味かと言いますと、同和問題がなぜ生まれたか、どうして差別されるようになったかということが書かれております。部落差別の歴史的経過としては戦国時代、全国を統一した豊臣秀吉の支配体制に端を発し、徳川家康により確立されたというのが有力な考え方になっております。家康が武士を頂点とした士農工商という身分制度を定め、その身分の下に穢多（えた）・非人という一層低い身分を設けることにより、封建支配体制を固めたとされております。同和地区の皆さん、差別されている皆さんが、なぜ差別されるようになったか。それは封建時代を維持するために、政策的に作られたものだということがここに書かれております。

当時差別されていた皆さんが、決して悪いことをしていたから差別されるようになったわけではありません。色々、文献を拝見させていただきましても、穢多（えた）・非人という身分の方々は、当時の高い技術を持って社会に立派に貢献されていました。例えば、警備であるとか、皮革産業であるとか、高い技術を持って、大きく社会に貢献していたにもかかわらず、差別を受けていたということです。私は、ここが大事なポイントではないかなと思います。

続けます。「日本国民の一部の集団が」いわゆる同和地区の方たちが差別を受けている。道一本離れて、右側が同和地区、左側が同和地区でない所。たまたま同和地区に生まれたというだけで差別を受ける。日本固有の差別と言われております。外国人の人権のコメンテーターの方が「この差別はなぜ起こるのか私には理解できない。」と言われた方がおられたと聞いております。

続けます。「経済的・社会的・文化的に低位の状態におかれ、現代社会においても、なお、いちじるしく基本的人権を侵害され、とくに近代社会の原理として何人にも保障されている市民的権利と自由を完全に保障されていないという、もっとも深刻にして重大な社会問題である。」

現代社会においても、これは昭和 40 年に出された答申なので、昭和 40 年においても解決していない。明治政府になりまして、身分については解放されています。明治 2 年及び明治 4 年に解放令が出されました。ただ実質的な解放はされなかった。実質的な解放に向けての政策は取られていなかったということがここに書かれております。

同和対策審議会というのは政府の諮問機関として設置されたものですが、その機関が最も深刻にして、重大な社会問題であるということを答申している。これは大変重い意味があるのではないかと思います。以後、政府は、同和問題の解決のために、同対法、地対法それから地対財特法など、平成 14 年まで特別立法として対策を講じてきたという経緯があります。

続きまして項番 4 「同和問題の現状」についてです。

(1) 平成 25 年に京都地方法務局で取り扱った人権侵犯事件数を見ますと、全体で 706 件です。そのうち、同和問題に関するものが 6 件。706 件中、6 件。これは多いのでしょうか、少ないのでしょうか。

(2) 内閣府の人権に関する世論調査があります。平成 24 年 8 月に発表されました。この中で、「同和問題についてどのような人権問題が起きていると思うか。」と聞いたところ、「結婚問題で周囲の反対を受けること。」と答えられた方が 37 パーセント。ちなみに右のカッコ内の数字は平成 15 年のもの、およそ 10 年前で、約 47 パーセントで 10 ポイント下がっていますが、37 パーセントとなお高い数字です。続きまして、「身元調査をされること。」、「差別的な言動をされること。」、「就職・職場で不利な扱いを受けること。」が続いております。

(3) の人権に関する市民意識調査。これは京都市が平成 25 年 11 月に調査した市民の意識調査です。その中の一つの項目、「住宅を選ぶ際、近くに同和地区があるか気になるか。」と聞いたところ、「気になる」という方が 22 パーセント、「どちらかと言えば気になる」という方が 25 パーセント。合計で 47 パーセントの方が気になると答えられています。

また、「子供の結婚相手を考える際、同和地区出身者であるか気になるか。」と聞いたところ、33 パーセントの方が「気になる」と答えられています。

この(1)から(3)までの 3 つの数字を見て、どう思われるでしょうか。事件としては余り発生していない。しかし、皆さんの心の中に「やっぱり同和問題は解決していない問題として残っている。」ということが、数字として現れているのではないかと私は思います。

項番 5「同和問題の解決のためにはどのようにすればよいか。」ですが、皆さんが正しい知識を身に着けていただくことが一番ではないでしょうか。多くの皆さんの心の中に、まだ同和問題が生きている以上、何らかの機会に同和問題についての悪い情報が入ってくるかもしれない。それをはね付けるだけの知識をあらかじめ身に着けておくのは、とても大事なことなのではないかなと私は思います。

続きまして、えせ同和行為についてお話をさせていただきます。

裏面の項番 6 です。資料「えせ同和行為の手引」を一枚めくってください。2 段落目、えせ同和行為について書かせていただいております。

読み上げます。「同和問題は怖い問題である」という誤った意識に乘じ、同和問題を口実にして、企業・個人や行政機関等に不当な利益や義務のないことを求める行為が「えせ同和行為」であり、同和問題に対する誤った意識を植え付ける大きな原因となる。

同和問題を口実にして利益を得ること。「えせ」というのは偽物という意味。偽物の同和運動と理解していただきたいと思います。

続きまして、項番 7「えせ同和行為の現状について」ですが、ここも数字を幾つか挙げさせていただきます。これは法務省人権擁護局が平成 25 年中に行いました「えせ同和行為実態把握のためのアンケート調査」の数字でございます。

(1)「違法・不当な要求を受けた事業所数の割合」は 4 パーセント。平成 20 年の調査では 16 パーセント。昭和 59 年は 30 パーセント。かなり減りつつありますが、全体の中で 4 パーセントの方が受けているとなると、全国的にはかなりの数字であり、いまだにそういう行為が行われているということです。

(3) 「応諾率」です。不当な要求があっても「拒否した」が 78.9 パーセント。それから「一部応じた」が 11.3 パーセント、「全部応じた」が 2.9 パーセント。「一部応じた」, 「全部応じた」を合計すると 14.2 パーセントと結構な数字の方が応じているということになります。

(4) 「違法, 不当な要求」とはどのような要求があったか。機関誌・図書の購入が一番多いです。74 パーセント。ここには出してない数字ですが, 要求金額で一番多いのが 1 万円から 10 万円の方。中には 100 万円未満という方が 2 パーセントほどおられました。ほとんどが 1 万円から 10 万円未満の方。恐らく機関誌・図書の購入という要求が多くあったのではないかと思います。

「寄附金・賛助金」が 12 パーセント。「講演会・研修会への参加」が 12 パーセント。「下請への参加」が 10 パーセントとなっております。

要求の手口としては, 「執ように電話を掛ける」55 パーセント。「同和問題を知っているかと言って脅す」40 パーセント。「大声で威嚇する」, 「責任者に会わせろと言って脅す」, 「事務所に多数で押し掛けると言って脅す」という順番になっております。

(6) 「要求を受けた期間」ですが, 「1 日限り」が 44 パーセント。「2 日から 1 週間以内」というのが 26 パーセント。1 週間以内を合計すると 70 パーセントという数字になって, これは対応策の材料になる数字ではないでしょうか, 「要求は短期間で終わる。」と思っただけいたらよいのかなと思います。

では, えせ同和行為への対応という所に進めさせていただきます。

資料『えせ同和行為の手引』の方へお戻りください。

2 ページ, 「えせ同和行為対応の手引」で色々書かせていただいております。今日はお時間がないので, 省いてお話しさせていただきますが, お持ち帰りいただきまして, 皆さんでしっかり中身を読んでいただいて御検討いただけたらと思います。

1. えせ同和行為に対する基本的姿勢は, 違法・不当な要求は断固として拒否すること。断固として拒否する。それが一番大事だと書かせていただいております。

応ずることのできない違法・不当な要求を拒否するのは当然のことであって, たとえその要求が同和問題への取組等の名目で行われても結果は同じです。

2. 怖いものという意識を捨てること。

なかなか書くのは簡単ですが, 実行するのは難しいかもしれません。

3. 初期の対応。

最初から一貫して, き然とした態度で対応する。

最初からき然とした対応をするためには, あらかじめ, ある程度の知識を皆さんで身に付けておく必要があるのではないかと思います。

4. 安易な妥協はしないこと。

先ほども読みました要求金額は, 機関誌の購入等, 1 万円から 10 万円までが多いです。安いし, 色々文句を言われたり, 怒られたりすることを思えば, 契約しちゃおうかと安易

な妥協はしない。結果的に、えせ同和行為にお金を払うことは、同和問題の解決に協力していないという結果になります。えせ同和行為は、同和問題を解決するために、相当なあい路になっています。同和問題は怖いという意識を広く皆様に植え付けてしまう行為であることから、そういう団体には一切協力しないという正義感を発揮していただきたいと思います。

5. 脅しを恐れないこと。

えせ同和行為者自身、刑事事件になることを恐れているため、激しい言葉を発言しても実際に暴力的行為に出ることはまずありません。

私も 30 年間、今まで窓口でどんなに怒られても、絶対、手は出されないだろうなと思いながら対応をしてきました。今までそのような行為をされたことはありません。向こうも手を出すと後でどうなるかということはよく考えておられると思います。大きな声は上げるでしょうが、絶対に手は出さない。怖がらずに対応していただけたらと思います。

6. 同和問題への取組を非難された場合。

「お宅の会社はしっかり同和問題に対応しているのか。」と言われたときには、「法務局で指導を受けます。」と言ってください。また、私どもに連絡していただいたら結構かと思います。

7. 弱みを追及された場合。

こういう場合、対応に困る場合があるのかなと思います。自分の所にもやはり、ちょっと対応について非があったような場合でも、相手方のペースに巻き込まれることなく、法的な判断を行っていただきたいと思います。例えば、民事訴訟を起こしていただいて、自分の損害賠償をするべき金額は幾らなのか、法的な判断を求めたい、そういう発言をしていただいたらいいのかと、また法律の専門家等にも相談していただいたうえで対応していただくぐらいの対応でいいのかなと私は思っております。

それから 1 枚めくっていただいて、3 ページ目の項番 8 です。ここはちょっと大事な所かと思います。

8. 組織全体で対応する。

1 人で窓口に出たとき、相手が 3 人並ばれると、間違いではないと思っていても、ついつい相手のペースに巻き込まれますし、揚げ足を取る※、対応としては大変難しい。相手が 1 人で来るのであれば、こちらは 2 人で行く。相手が 2 人で来るのであれば、こちらは 3 人で行く。しかも組織として、きちんとバックアップしたうえで対応するのが基本的な所かなと思います。

それから項番 11. 警察への連絡等。

警察もこういう所については、最近ものすごく協力的にやっけていただいていると思います。遠慮なく、警察にも相談していただけたらいいと思っております。

また、こちらの手引等を職場にお持ち帰りいただきまして、しっかり見ておいてください。私どもの連絡先等もございます。

それから、私どもの京都地方法務局のホームページを見ていただきますと、ビデオの貸出し等も掲載しておりますので、御利用いただけたらと思っております。

えせ同和行為や、同和問題を含めた人権問題全般について、色々取りそろえております。少し短い時間ではありましたが、私からのお話を終わらせていただきます。

(終了)